SINTESI TESI DOTTORALE

IL VIDEOGIOCO INDIPENDENTE ITALIANO (2014-2017)

Dottorando: Mattia Filigoi

La ricerca vuole essere un primo approccio alla mappatura dell'eterogenea produzione videoludica italiana del periodo compreso tra il 2014 e il 2017, dedicandosi in particolare all'analisi dei videogiochi sviluppati da piccole software house o freelance/hobbisti che deviano dagli standard produttivi, estetici e commerciali dell'industria videoludica mainstream: i videogiochi comunemente detti "indipendenti". Ovvero opere solitamente realizzate da piccole software house con budget ridotti, dalle grafiche retrò, astratte o *hand-drawn*, dalla durata relativamente breve e dal prezzo basso, dove vengono proposti, spesso per motivi nostalgici degli sviluppatori, generi come i platform, gli RPG, le avventure grafiche, di successo durante gli anni Ottanta e Novanta, con ambientazioni "di nicchia" (come letteratura e fumetti sci-fi, manga, fantasy) e tematiche spesso dai risvolti sociali (dalla libertà d'espressione ai disturbi psicologici).

La scena videoludica italiana verrà analizzata nei suoi aspetti produttivi ed estetici, sottolineandone le diversità con il passato, e confrontandone le caratteristiche con quelle della scena indipendente internazionale. La scelta del periodo è determinata dalla nascita di una serie di situazioni e la concretizzazione di altre iniziate pochi anni prima, che a nostro avviso permettono di considerare il 2014 come momento di cesura, mentre il 2017 è scelta obbligata per motivi di vicinanza con il contemporaneo. Tra le condizioni che definiscono il 2014 come un momento storico germinale possono annoversarsi, a livello mondiale, la messa a disposizione gratuita di potenti tool di sviluppo professionali come *Unity 3D* e *Unreal 4*; le prime avvisaglie di saturazione dei principali portali dedicati al gaming, sia su PC che su mobile; l'apertura dei produttori di console di servizi dedicati al supporto di piccoli studi; l'arrivo, seppur in fase sperimentale, delle prime tecnologie per la realtà virtuale; la possibilità di finanziamenti tramite crowdfunding; la creazione di un fondo dedicato allo sviluppo videoludico all'interno del programma Europa Creativa 2014-2020 -, altre a livello nazionale - l'apertura di corsi accademici dedicati (es. Digital Bros Academy, 2014, Milano; Vigamus Academy, 2014, Roma) ed una crescita positiva dell'interesse da parte delle istituzioni; l'aumento del numero di videogiocatori e di vendite di prodotti videoludici; il forte ridimensionamento della pirateria soprattutto su PC; l'organizzazione di eventi e game jam (es. Svilupparty, Milano Games Week); lo sviluppo di infrastrutture dedicate al potenziamento e la diffusione capillare della rete internet.

La combinazione di queste situazioni ha portato e sta portando a un sensibile miglioramento economico, produttivo, culturale dell'intera scena videoludica italiana, testimoniato sia dalle annuali

statistiche ufficiali rilasciate dall'AESVI (Associazione Editori e Sviluppatori Videogiochi Italiana) tra il 2014 e il 2018, che dalle nostre personali ricerche. Per quanto persistano determinate problematiche, comuni anche ai periodi precedenti, si registra ultimamente una costante crescita economica generale del mercato, un sostanziale aumento nel numero delle software house fondate e dei singoli sviluppatori attivi, una forte varietà di videogiochi rilasciati, eterogenei per stili grafici, generi e contenuti trattati, e la concretizzazione di iniziative, culturali, accademiche e istituzionali, volte a favorire la creazione di un'industria videoludica stabile e la sperimentazione di nuove tecnologie come la realtà virtuale.

Quella proposta, è bene sottolinearlo, è una panoramica che volutamente non si concentra su specifici aspetti, ma che cerca di rendere il quadro generale del settore videoludico italiano degli ultimi anni. La mancanza di fonti accademiche è stata in parte riequilibrata dalla partecipazione a eventi dedicati come la Milano Games Week 2017 e lo Svilupparty 2018, nonché dalla frequentazione di un buon numero di sviluppatori, professionisti e non, attivi durante il periodo preso in esame: questo ha portato, oltre alla stesura della tesi, anche alla compilazione di due database, allegati come appendici, dedicati rispettivamente alle software italiane attive al dicembre 2017 e ai videogiochi da loro prodotti e distribuiti tra il 2014 e il 2017. Consci della loro incompletezza, li consideriamo comunque un primo, inedito tentativo di mappatura della scena videoludica contemporanea italiana, da cui partire per successivi approfondimenti.

Università degli Studi di Udine

Corso di Dottorato di ricerca in

STUDI STORICO-ARTISTICI E AUDIOVISIVI

Ciclo XXXI

Titolo della tesi

IL VIDEOGIOCO INDIPENDENTE ITALIANO (2014-2017)

Dottorando

Mattia Filigoi

Supervisore

Mariapia Comand

Anno (di discussione)

2019

IL VIDEOGIOCO INDIPENDENTE ITALIANO (2014-2017)

INTRODUZIONE

Non vi è in letteratura una definizione di "videogioco indipendente" assodata e condivisa. Quello che nell'arco di un decennio è diventato «the first legitimate alternative to the publishing system since the majority of video game designers left their garages for office spaces in the late 1980s[1]», comprende al proprio interno una grande varietà di casi difformi (addirittura antitetici sotto qualche profilo), rendendo complessa l'individuazione di caratteristiche comuni e isotopie. Lo stesso termine "indipendente" ha assunto nel tempo molteplici connotazioni, diventando una parola «collectively used, but individually defined[2]». Banalmente, uno studio indipendente è uno studio non posseduto da un publisher, e per questo libero di scegliere autonomamente i giochi da sviluppare. Il termine "indipendente" include però anche i grandi studi che lavorano su commissione per conto di publisher, così come può far riferimento a una precisa metodologia produttiva caratterizzata da piccoli team e budget limitati, o ancora indicare un particolare stile grezzo e personale, spesso nostalgico delle opere videoludiche degli anni Ottanta e Novanta, dettato da bisogni artistici e di totale autonomia creativa piuttosto che economica[3]. «Are we talking about a social movement, an art movement, a cultural scene, a fad, an ethics, a value orientation, a social identity, an assertion of authority, a cultural politics, an accident, a new form of capitalism...?», si domanda Bart Simon nell'introduzione al volume dedicato agli *indie games* di *Loading… The Journal of the Canadian Game Studies Association*[4].

Secondo Nadav Lipkin, da un punto di vista ideologico, "indipendente" indica una forma di protesta nei confronti dello status quo[5] rappresentato dalle pratiche creative, promozionali, distributive e di fruizione di un videogioco attuate dall'industria mainstream, percepita come «corporate in nature and capitalist in ethos[6]», caratterizzata dall'enfasi su profitto e popolarità rispetto a creatività e talento artistico. In tal senso, la scena indipendente videoludica è identificabile come una sottocultura emersa dal rifiuto della direzione intrapresa dall'industria e dal mercato videoludico[7],

[1] Polygon Staff, *The State of Games: State of Independents*, Polygon, 3 luglio 2012. (https://www.polygon.com/2012/10/1/3440602/the-state-of-games-state-of-independents)
[2] Graebsch, Roman, *The Indie Game*, MSc Thesis in Media Technology & Games at IT University of Copenhagen, Denmark, 2013, pag.7.
[3] Whitson, Jennifer R., *The 'Console Ship is Sinking' and What this Means for Indies*, in *Loading… The Journal of the Canadian Game Studies Association*, Vol 7(11): 122-129, 2013, p.125.
[4] Simon, Bart. *Indie Eh? Some kind of Game Studies*, in *Loading… The Journal of the Canadian Game Studies Association*, Vol.7(11), 2013, p.1 (http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/129/148)
[5] Lipkin, Nadav, *Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation*, in *Loading - The Journal of the Canadian Games Studies Association 7*, Vol.7(11), 2013, p.10.
[6] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, p.9.
[7] *Ibid.*

dominato da poche corporazioni multinazionali di produttori di console (Nintendo, Sony, Microsoft), publisher (es. EA, Ubisoft, Activision Blizzard) e in tempi recenti alcune compagnie di servizi internet (es. Tencent, Apple, Google) le quali impongono agli sviluppatori condizioni qualitative, finanziare e contenutistiche estremamente stringenti ed elitarie, concepite a partire dalla fine degli anni Ottanta come forma di regolazione della quantità di prodotti immessi sul mercato (il cui eccesso è ritenuto una delle cause principali del crollo del settore console statunitense del 1983[8]) e ben presto degenerate in pratiche economicamente, eticamente e creativamente discutibili. Pratiche queste concretizzate nello sviluppo di titoli detti *tripla-A*, l'equivalente dei blockbuster hollywoodiani, grandi produzioni dai budget multimilionari realizzati da centinaia di sviluppatori e caratterizzate dalla riproposizione pedissequa di formule di comprovato successo commerciale[9].

In origine, al pari di altri movimenti indipendenti nelle arti contemporanee, specialmente nella musica (nell'esempio del punk[10]) e nel cinema (nel caso dell'underground americano[11]), l'*independent gaming* ha le sue fondamenta nei concetti di autoproduzione, autopromozione e autodistribuzione di un gioco da parte del proprio autore/i, senza ricorrere all'intervento di publisher e finanziatori esterni o all'uso delle infrastrutture dell'industria mainstream, allo scopo di essere creativamente liberi da pressioni di natura commerciale nelle fasi cruciali dello sviluppo. Nello *Scratchware Manifesto* (2000), documento collettivo tra i primi a teorizzare le caratteristiche di una possibile scena videoludica indipendente, Greg Costikyan manifesta una posizione inequivocabile al riguardo: «We reject the machine. We reject the retail channel. We reject big budgets and big teams. We reject $50 boxes of air. We reject end-caps and payments for shelf-space. We reject executives and producers who don't understand what they sell. We reject timidity. We reject the notion that "we know what works," and commit ourselves to finding NEW things that work[12]».

Ciononostante, con l'evolversi dell'industria, e in particolare con l'affermazione della distribuzione digitale al termine degli anni Duemila, è accettato il fatto che non sia più possibile ridurre alle sole condizioni economiche e produttive il discorso intorno ai giochi indipendenti[13], né tanto meno limitarsi ad una contrapposizione binaria e assoluta tra questi e i tripla-A. Titoli come *Braid*

---

[8] Kent, Steven L., *The Ultimate History of Video Games*, Three Rivers Press, New York, 2001; Donovan, Tristan, *Replay. The History of Video Games*, Yellow Ant, Lewes, East Sussex, 2010; *Atari: Game Over* (Zak Penn, 2014).
[9] Nieborg, David B., *Triple-A. The Political Economy of the Blockbuster Video Game*, PhD Thesis, University of Amsterdam, Amsterdam, Olanda, 2011.
[10] Sharp, John, *Spacewar! Punk Rock and the Indie Dev Scene: A Semi-Secret Quasi-History of Our DIY Roots*, IndieCade East 2013, talk, 2013.
[11] King, Geoffrey, *Il cinema indipendente americano*, Piccola Biblioteca Einaudi, 2006.
[12] Designer X [Costikyan, Greg], *Phase One: Prelude to Revolution*, in A.A.V.V., *Scratchware Manifesto*, Home of the Underdogs, 5 settembre 2000. (http://www.homeoftheunderdogs.net/scratch.php).
[13] Ruffino, Paolo, *Narratives of Independent Production in Video Game Culture*, in *Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association*, Vol.7(11), 2013, p.110. (http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/120/155).

(Johnathan Blow, 2008), *Flower* (thatgamecompany, 2009), *Bastion* (SuperGiant, 2011), *Limbo* (Playdead, 2012), giochi considerati indipendenti per la particolarità delle loro meccaniche, delle loro grafiche e dei loro contenuti, e il cui successo commerciale e di critica ha messo sotto i riflettori mondiali l'intera scena, devono la loro fortuna anche all'intervento dei publisher, sia esso in maniera diretta – in fase di finanziamento, come Sony per *Flower* – o indiretta – in fase di distribuzione, è il caso degli altri titoli citati, distribuiti inizialmente tramite il servizio XBox Live Indie Game della Microsoft.

Lindsay Grace rimarca l'importanza della libertà creativa dello sviluppatore, piuttosto che delle condizioni produttive: «It is then perhaps more accurate to define independent games as play experiences designed and implemented with a self-governed goal outside the status quo. Independence is a declaration of deviation. It acknowledges a standard, and attempts to ratify a space of its own. [...] Independent games are interesting in their insistence to be free from standards and their effort to escape conventional play experiences[14]». Secondo Jesper Juul, questo desiderio di libertà dagli standard è identificabile nei giochi indipendenti in un particolare stile visivo che definisce Independent Style, ovvero «a representation of a representation. It uses contemporary technology to emulate low-tech and usually "cheap" graphical materials and visual styles, signaling that a game with this style is more immediate, authentic and honest than are big-budget titles with high-end 3-dimensional graphics[15]». Per Juul, l'Independent Style nasce sì dalle limitate risorse a disposizione degli sviluppatori, siano esse economiche o tecniche, ma è anche il risultato di scelte precise da parte di questi ultimi, per dimostrare che alcune tecnologie possono essere usate in modo innovativo e insolito (come ad esempio utilizzare hardware 3D per creare giochi in 2D) e per segnalare che il lavoro su un dato videogioco è deliberatamente svolto con pochi mezzi. Conseguenza è che gli sviluppatori si concentrano solo su progetti in cui credono fortemente, arrivando spesso a raccontare storie personali in sono coinvolti in maniera emotiva. In tal modo, si vuole evocare una certa sincerità e genuinità del prodotto, in contrasto con il cosiddetto "realismo" dei titoli a grosso budget: «by emphasizing the small, personal and simplistic, Independent Style makes the claim that limited budgets are not a limitation, but rather a better, and more authentic, way of making games[16]». Il focus su piccole produzioni e importanza della creazione personale, continua Juul, porta a paragonare i videogiochi indipendenti al movimento dell'*Arts & Craft* del XIX secolo, o a quello più recente del DIY (*Do It Yourself*). Alla base di entrambe le ideologie viene proposto un ritorno all'artigianato e un rifiuto alla produzione industriale di massa, vista come

---

[14] Grace, Lindsay, *The Poetics of Game Design, Rhetoric and the Independent Game*, in *Proceedings of DiGRA Conference*, 2011.
[15] Juul, Jesper, *High-tech Low-tech Authenticity: The Creation of Independent Style at the Independent Games Festival*, in *Proceedings of the 9th International Conference on the Foundations of Digital Games*, 2014, p.3.
[16] *Ivi*, p.5.

ostacolo alla creatività: solo con una ripresa del rapporto diretto fra singolo artista e opera d'arte l'individualità del primo può nuovamente emergere. Questa condizione induce al desiderio di un ritorno al passato, quando lo sviluppo videoludico era realizzato da team di poche persone: tale componente nostalgica caratterizza i recenti giochi indipendenti – es. *Super Meat Boy* (Meat Team, 2012); *FTL – Faster Than Light* (Subset Games, 2012); *BroForce* (Free Lives, 2015); *Thimbleweed Park* (Terrible ToyBox, 2017) –, manifestata non solo attraverso l'elaborazione di estetiche retrò come la pixel art, ma anche nella ripresa di generi e meccaniche del passato, come le avventure grafiche, i platform, gli shoot'em up. Per Lipkin, tale componente nostalgica può essere letta come «[a] political protests against the mainstream in the form of a return to blissful youth through reminding players how much the games of their childhoods meant to them[17]», nata dall'insoddisfazione nei confronti delle pratiche videoludiche contemporanee e dal conseguente desiderio di ritorno a una beata giovinezza attraverso riferimenti che ricordino, sia agli sviluppatori che ai giocatori, quanto significassero per loro i videogiochi della loro infanzia.

D'altro canto, sempre per Lipkin, l'emergere di uno stile riconoscibile con cui identificare la scena indipendente comporta un forte rischio di cooptazione da parte dell'industria mainstream, soprattutto quando questo si dimostra remunerativo sul mercato: «it is only with the emergence of a style to co-opt that mainstream industry can intrude and create the semantic confusion that undermines the politics of production and distribution from outside[18]». L'industria mainstream usa le sue risorse per emulare artificialmente lo stile riconoscibile degli indipendenti: in altre parole, diventa possibile creare un gioco che assomigli a un indipendente senza basarsi sulle scelte autoriali e antisistema che ne definiscono l'appartenenza[19]. I publisher, continua Lipkin, sono riusciti essenzialmente a infiltrarsi sia nello stile caratteristico del movimento che nei luoghi dove può essere trovato, iniziando con il creare confusione semantica nell'uso del termine *indie*, coniato a partire dalla metà degli anni Duemila e da allora utilizzato indiscriminatamente soprattutto da sviluppatori, publisher, studi pubblicitari e giornalisti mainstream[20]. Il rilascio nel 2012 da parte di uno dei maggiori publisher internazionali, la EA, della compilation di giochi *EA Indie Bundle*, e il dibattito che ha generato[21], è esemplificativo della confusione sull'utilizzo del termine sottolineata da Lipkin. La situazione contemporanea, caratterizzata da un costante ed elevato rilascio di titoli mainstream che presentano le caratteristiche dell'*Independent Style* e che vengono identificati dal

---

[17] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, p.10.
[18] *Ivi*, p.15.
[19] *Ivi*, p.16.
[20] *Ivi*, p.17.
[21] Si veda ad esempio: http://www.indiegamemag.com/excuse-me-ea-indie-bundle-registered-on-steam/#.UIF7RkUr1cY, http://www.escapistmagazine.com/news/view/117071-Notch-Dumps-on-EA-Indie-Bundle, http://www.computerandvideogames.com/356494/ea-changes-indie-game-bundle-to-niche-gamer-bundle/

marketing come *indie*, sembra dare ragione a Lipkin, rendendo sempre più difficile valutare quali siano i titoli effettivamente indipendenti.

Bisogna notare, d'altro canto, come il successo economico dei videogiochi indipendenti abbia portato i grandi publisher come EA e Ubisoft a cercare e supportare *anche* la produzione di progetti che, seppur non necessariamente radicali o antisistema, «certainly shift the landscape in favor of smarter, more innovative, and more personal titles that enrich the community[22]». Titoli come *Unravel* (ColdWood Interactive, 2016), prodotto dalla EA, *Everybody gone to the Rapture* (The Chinese Room, 2015), finanziato da Sony, o *Cuphead* (Studio MDHR, 2017), supportato da Microsoft, nonché il forte ridimensionamento nella produzione di titoli tripla-A (nel 2005, 125 software house erano impegnate nello sviluppo di tripla-A, mentre solo 25 nel 2013[23]), porta Lipkin a concludere che «in a way, the mainstream co-optation of indie games and the indie label is a victory for the game design principles they champion[24]».

Roman Graebsch rafforza questa percezione considerando l'interferenza di un publisher nello sviluppo di un videogioco non necessariamente come elemento inibitore dell'*essere indipendente*: «it is not the interference of a publisher or licensor, but the interference of any entity on a game/game developer that alters the original creators design and vision that is incompatible with the idea of being indie[25]», includendo anche casi in cui è lo stesso sviluppatore a creare tali interferenze, ad esempio quando decida di sacrificare le proprie ambizioni creative per un prodotto più adatto al mercato di massa. Nel caso di un publisher dalla "mentalità aperta" – come Devolver Digital[26] – o di un qualsiasi altro finanziatore esterno, sia essa privato, governativo, accademico, associativo ecc. che faccia da sponsor per la realizzazione ad esempio di giochi con finalità politiche e sociali – come gli Arts Council[27], la GCCA+[28], l'iniziativa *Games For Peace*[29], il

[22] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, p.21.
[23] Martin, Matt, *EA's Hilleman: Triple-A console studios reduced to 25 worldwide*, GameIndustry.biz, 4 luglio 2013 (https://www.gamesindustry.biz/articles/2013-07-04-eas-hilleman-triple-a-console-studios-reduced-to-25-worldwide).
[24] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, p.21.
[25] Graebsch, Roman, *op.cit.*, 2013, pag.9.
[26] Publisher attivo dal 2012 con un focus su giochi satirici (*BroForce*), ultraviolenti (*HotLine Miami*), moralmente e filosoficamente impegnati (*Gods Will Be Watching*, *The Talos Principle*, *Reigns*, *Block'hood*). (https://www.devolverdigital.com/games/page/).
[27] Organizzazioni no-profit dedicate alla promozione delle arti, spesso esterne agli organi governativi per prevenire interferenze politiche nelle loro pratiche. In Italia è presente a Milano dal 2006 (http://www.artscouncil.it/portale/chi-siamo/).
[28] Acronimo dell'iniziativa *Global Climate Change Alliance Plus,* fondata nel 2008 e finanziata dall'Unione Europea con lo scopo di aiutare a far fronte al cambiamento climatico gli Stati più esposti ad esso (http://www.gcca.eu/about-gcca).
[29] Iniziativa no-profit dedicata allo sviluppo di videogiochi pensati per promuovere la pace e la riconciliazione nelle zone più problematiche del mondo. La sede si trova in Medio Oriente. (http://gamesforpeace.org/about-us/vision/).

Wellcome Trust[30] – si creerebbe uno scenario ideale per gli sviluppatori, liberi di sperimentare con il supporto di budget importanti[31], qualora le loro visioni e quelle dei sponsor/publisher coincidano.

Tutto questo rende ulteriormente difficoltoso identificare nettamente i confini tra videogiochi indipendenti e mainstream. Per Paolo Pedercini, data l'impossibilità di definire cosa sia un *independent game* in termini assoluti, risulta più corretto parlarne come di un «continuum, a gradient. It's a degree of compromise with the capital that should not be seen as a degree of purity or just a personal moral stance[32]», poiché «there's no absolute independence because you'll always be constrained by technological platforms, protocols, hardware or infrastructures. Beyond gaming, you'll be entwined in a web of power, privilege, exploitation, and dependency, as long as the current modes of production persist[33]». Pedercini conclude parlando di utopia, per definizione non attuabile, piuttosto una direzione verso cui puntare, un obiettivo da conseguire, e suggerisce di considerare l'*independent gaming* allo stesso modo, «not a status but a tension and a direction to pursue[34]».

Tali premesse suggeriscono la necessità di dedicare il primo capitolo di questa tesi all'analisi nel dettaglio di quelle che sono le pratiche produttive (*value chain*, attori e settori di mercato, ciclo produttivo dei giochi) dell'industria videoludica in generale, per focalizzarci in seguito sugli aspetti produttivi, estetici e culturali che caratterizzano la scena indipendente internazionale, al fine di isolarne eventuali punti che anche nella situazione contemporanea possano considerarsi fondanti.

I capitoli 2 e 3 saranno dedicati al videogioco italiano, di cui si intende in prima istanza ricostruire l'evoluzione storica per poi esplorare la scena contemporaneai prendendo in esame nello specifico il periodo 2014-2017, uno studio di caso particolarmente interessante se analizzato nell'ottica della produzione indipendente.

La maggior problematica riscontrata è la limitata letteratura accademica dedicata, che al momento vede soprattutto nel lavoro di Riccardo Fassone, interessato alla storicizzazione del periodo relativo agli anni Ottanta, il maggior contributo. Di conseguenza, nella ricostruzione storica presente in questa tesi, si è rivelata fondamentale l'integrazione con i materiali di siti, blog e forum redatti da appassionati, sviluppatori e giornalisti testimoni diretti e protagonisti nelle varie decadi prese in considerazione. Siti come Ready64.org, Oldgamesitalia, Retrogames Machine, Edicola 8bit, Retroedicola Videoludica propongono interviste originali a editori, sviluppatori e giornalisti,

---

[30] Wellcome Trust, *Home Page*. (https://wellcome.ac.uk/)
[31] Ruffino, Paolo, *op.cit.,* 2013, p.110.
[32] Pedercini, Paolo, *Toward Independence*, IndieCade 2012, talk, 2012. Trascrizione al link: http://www.molleindustria.org/blog/toward-independence-indiecade-2012-microtalk/
[33] *Ibid.*
[34] *Ibid.*

database costantemente aggiornati riguardanti la moltitudine di titoli prodotti, archivi consultabili gratuitamente contenti scansioni digitali della quasi totalità delle riviste pubblicate dagli anni Ottanta al presente.

Per quanto riguarda il terzo capitolo, dedicato al periodo 2014-2017, la scena videoludica italiana verrà analizzata nei suoi aspetti produttivi ed estetici, sottolineandone le diversità con il passato e confrontandone le caratteristiche con quelle della scena indipendente internazionale. La scelta del periodo è determinata dalla nascita di una serie di situazioni e la concretizzazione di altre iniziate pochi anni prima, che a nostro avviso permettono di considerare il 2014 come momento di cesura, mentre il 2017 è scelta obbligata per motivi di vicinanza con il contemporaneo. Tra le condizioni che definiscono il 2014 come un momento storico germinale possono annoversarsi, a livello mondiale, la messa a disposizione gratuita di potenti tool di sviluppo professionali come *Unity 3D* e *Unreal 4*; le prime avvisaglie di saturazione sia dei principali portali dedicati al gaming, che dell'uso del crowfunding come fonte alternativa di finanziamento; l'apertura dei produttori di console di servizi dedicati al supporto di piccoli studi; l'arrivo, seppur in fase sperimentale, delle prime tecnologie per la realtà virtuale; la creazione di un fondo dedicato allo sviluppo videoludico all'interno del programma Europa Creativa 2014-2020. A livello nazionale, si segnalano l'apertura di corsi accademici dedicati (es. Digital Bros Academy a Milano; Vigamus Academy a Roma) ed una crescita positiva dell'interesse da parte delle istituzioni; l'aumento del numero di videogiocatori e di vendite di prodotti videoludici; il forte ridimensionamento della pirateria soprattutto su PC; l'organizzazione di eventi e game jam; lo sviluppo di infrastrutture dedicate al potenziamento e la diffusione capillare della rete internet.

La combinazione di queste situazioni ha portato e sta portando ad un sensibile miglioramento economico, produttivo e culturale dell'intera scena videoludica italiana, testimoniato sia dalle annuali statistiche ufficiali rilasciate dall'AESVI (Associazione Editori e Sviluppatori Videogiochi Italiana) tra il 2014 e il 2018, che dalle nostre personali ricerche. Per quanto persistano determinate problematiche, comuni anche ai periodi precedenti, come una ancora scarsa attenzione culturale e imprenditoriale, si registra ultimamente una costante crescita economica generale del mercato, un sostanziale aumento nel numero delle software house fondate e dei singoli sviluppatori attivi, una forte varietà di videogiochi rilasciati, eterogenei per stili grafici, generi e contenuti trattati, e la concretizzazione di iniziative, culturali, accademiche e istituzionali, volte a favorire la creazione di un'industria videoludica stabile e la sperimentazione di nuove tecnologie come la realtà virtuale.

Quella proposta, è bene sottolinearlo, è una panoramica che volutamente non si concentra su specifici aspetti, ma che cerca di rendere il quadro generale del settore videoludico italiano degli

ultimi anni. La mancanza di fonti accademiche è stata in parte riequilibrata dalla partecipazione a eventi dedicati come la Milano Games Week 2017 e lo Svilupparty 2018, nonché dalla frequentazione di un buon numero di sviluppatori, professionisti e non, attivi durante il periodo preso in esame: questo ha portato non solo alla stesura del capitolo relativo, ma anche alla compilazione di due database, allegati come appendici, dedicati rispettivamente alle software italiane attive al dicembre 2017 e ai videogiochi da loro prodotti e distribuiti tra il 2014 e il 2017. Consci della loro incompletezza, li consideriamo comunque un primo, inedito tentativo di mappatura della scena videoludica contemporanea italiana, da cui partire per successivi approfondimenti.

Capitolo 1

IL VIDEOGIOCO INDIPENDENTE

1.1. La produzione videoludica

In questa sezione, si illustreranno le caratteristiche fondanti dall'industria videoludica, considerandola all'interno della più ampia categoria delle industrie culturali, intese come quelle istituzioni direttamente coinvolte nella produzione, distribuzione e circolazione di significati attraverso forme simboliche[35].

Si prenderà inizialmente in considerazione la *value chain* dell'industria videoludica, i settori che la compongono, il ciclo produttivo di un videogioco dalla preproduzione alla post–pubblicazione. Si analizzeranno poi le principali problematiche di tale industria e le strategie attuate per risolverle o ridurle, infine esplorando tali questioni come strettamente connesse alla nascita del movimento artistico e produttivo.

1.1.1. Attori e *value chain* tradizionale

La *value chain* dell'industria videoludica verrà presa in considerazione approfondendo due aspetti particolarmente significativi, gli attori coinvolti e i cambiamenti intercorsi con l'affermazione della distribuzione digitale. Illustreremo brevemente i principali settori di mercato dell'industria, focalizzando l'attenzione sulle varie fasi del ciclo produttivo di un'opera videoludica, detto *Game Development Life Cycle*.

In generale, per *value chain* si intende la concettualizzazione lineare del ciclo produttivo di un bene, dalle fasi di preproduzione alla distribuzione, marketing e vendita al dettaglio. In altre parole, il concetto «describes the full range of activities which are required to bring a product or service from conception, through the different phases of production (involving a combination of physical transformation and the input of various producer services), delivery to final consumers, and final disposal after use[36]». Nel corso della sua storia, il settore videoludico ha visto diverse tipologie di "catene del valore", determinate da fattori economici, tecnologici, sociali e culturali esterni, con l'entrata di nuovi attori e il ridimensionamento di altri. Attualmente, è possibile distinguere due

---

[35] Hesmondhalgh, David, *The Cultural Industries*, SAGE Publications Ltd, Londra, 2013 [terza edizione].
[36] Kaplinsky, Raphael, Morris, Mike, *A Handbook for Value Chain Research*, IDRC, Ottawa, 2001, p.4.

modalità di costituzione del valore, una “tradizionale”, riferita alla produzione e distribuzione fisica, e una basata sulla recente affermazione della distribuzione digitale.

Lo schema riportato[37] riassume gli attori coinvolti nella creazione e distribuzione di un videogioco. Ogni passaggio aggiunge valore al prodotto finale, e gli utili vengono ridistribuiti tra i vari agenti secondo percentuali prestabilite.

- *Hardware manufacturer*: le compagnie produttrici delle piattaforme di gioco, che producono i dispositivi sui quali vengono fruiti i videogiochi, ovvero console, computer, smartphone e tablet (es. Nintendo, Sony, Microsoft, Apple);
- *Developer*: singoli sviluppatori o software house di varie dimensioni (dalle decine alle centinaia di componenti) che effettivamente creano il software che permette all’utenza di fruire i videogiochi sui dispositivi di qui sopra. Si distinguono in:
    - *First Party*: team di sviluppatori direttamente dipendenti dalle compagnie di publishing (es. Nintendo);

[37] González-Piñero, Manel, *Redefining the Value Chain of the Video Games Industry 2017*, Knowledge Works - National Centre for Cultural Industries, Norvegia, 2017, p.20.

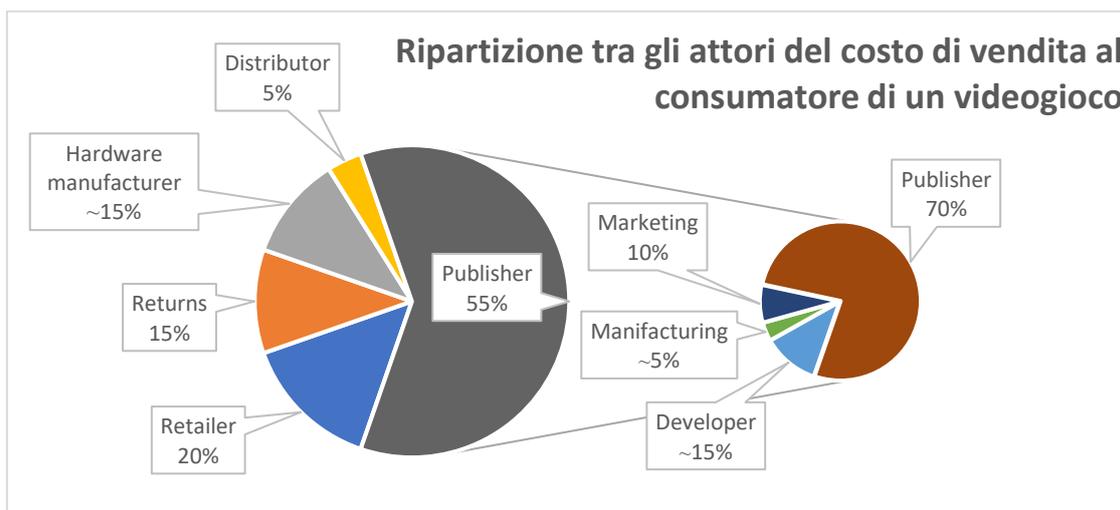
- *Second Party*: team di sviluppatori incaricati a contratto di creare giochi concepiti da un publisher;
    - *Third Party*: team di sviluppatori esterni che sviluppano i propri progetti e cercano di venderli a un publisher.
- *Publisher*: le compagnie che pagano delle commissioni (*licensing fee*) per i diritti di pubblicazione di un videogame, o assumono sviluppatori a contratto per la produzione di un videogioco, sia esso proposto da questi ultimi o dalle compagnie stesse. In seguito, si occupano della commercializzazione del gioco e della sua distribuzione ai rivenditori e consumatori finali. Sono responsabili anche della manifattura dei videogiochi su supporti fisici;
- *Distributor*: hanno il ruolo di intermediari tra i publisher e i rivenditori, occupandosi dell'effettiva distribuzione capillare dei videogiochi presso i negozi. La maggior parte dei publisher possiedono dei propri canali distributivi;
- *Retailer*: si occupano della vendita diretta del videogioco al consumatore finale.

Un aspetto essenziale della tradizionale catena del valore dell'industria videoludica riguarda la questione dei finanziamenti. La produzione di giochi per console o PC è caratterizzata da elevati costi iniziali, solitamente a carico del publisher. Spesso publisher e sviluppatori sono parte della stessa compagnia che finanzia tutti i processi produttivi; in caso contrario, i publisher finanziano un progetto in cambio dei diritti di sfruttamento e di una percentuale dei ricavi delle vendite. La distribuzione e la vendita al dettaglio avvengono tramite agenti specializzati (GameStop, WallMart, BestBuy, negozi di informatica, supermercati): anch'essi trattengono una percentuale sui ricavi. La ripartizione dei ricavi tra i vari attori coinvolti può variare di contratto in contratto, ma prevede generalmente percentuali ormai standardizzate. Brent Rabowsky[38] descrive nel dettaglio la ripartizione per un videogioco per console con un prezzo di vendita di 59.99 dollari[39]:

Retail Price: **$59.99**
Retail Margin (20%): $12.00
Wholesale Price (= Retail Price – Retail Margin): **$47.99**
Returns/Price Protection (15%): $ 7.19
Net Sales (= Wholesale – Returns/Price Protection): **$40.80**
Platform Fees: $ 8.00
Manufacturing Costs: $ 2.00
Total Cost of Goods Sold (= Platform Fees + Manufacturing Costs): **$10.00**

[38] Rabowsky, Brent, *Interactive Entertainment: A Videogame Industry Guide*, Radiosity Press, Ventura, California, 2010. [Edizione Kindle].
[39] Questo prezzo è relativo al 2010. Al 2018, un videogioco per console viene venduto a 70 dollari (75 euro nei paesi europei), mentre le percentuali qui indicate sono rimaste inalterate.

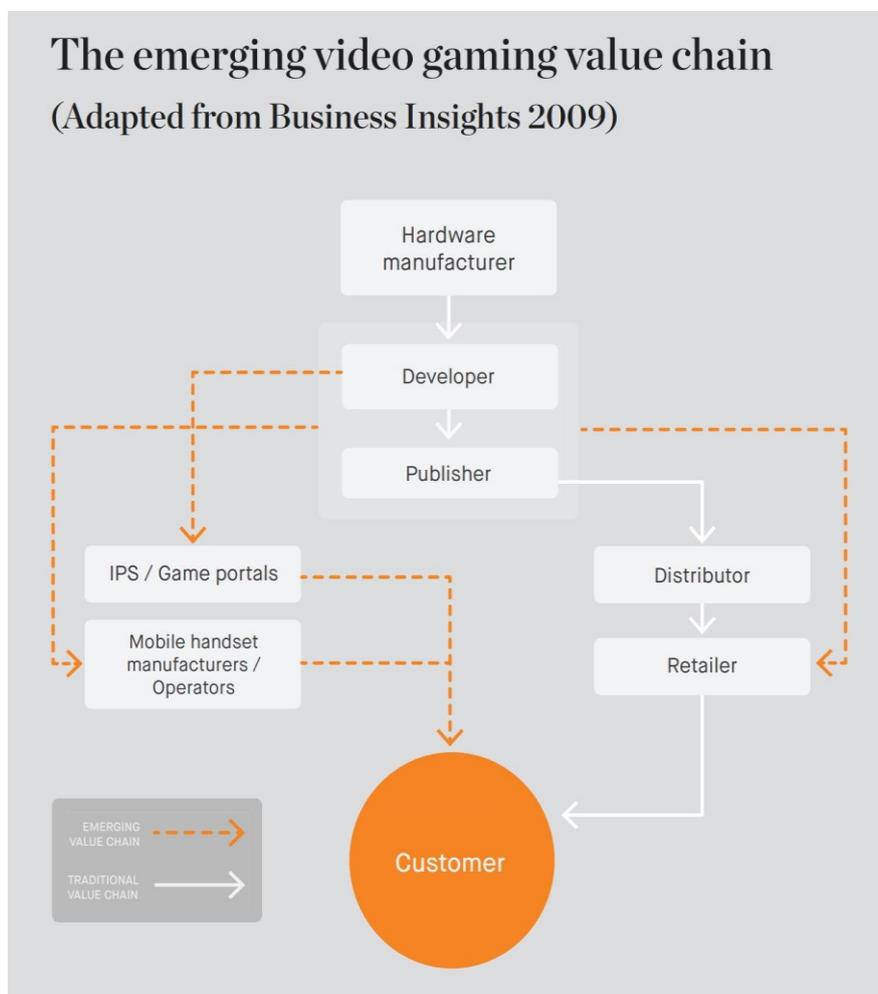
Gross Margin (= Net Sales – COGS): **$30.80**
Distribution/Channel Costs (5%, includes co–op/MDF, sales costs etc.): $ 2.39
Marketing (10%, includes all advertising expenditures): $ 4.79
Net Profit Per Unit (excludes development costs): **$23.62**

Il Net Profit Per Unit indica il guadagno netto di un publisher per ogni copia venduta, compreso nel quale vi è anche la percentuale spettante agli sviluppatori, solitamente intorno al 15%, circa 3.54 dollari secondo l'esempio riportato.

Si nota come le percentuali maggiori spettino a rivenditori, produttori di hardware e publisher, con questi ultimi che con la loro parte coprono i costi di manifattura, marketing e sviluppo di un videogioco, mentre gli sviluppatori risultano tra gli attori meno retribuiti pur essendo gli effettivi artefici del gioco in questione. Se inoltre si prende in considerazione l'elevato costo medio di sviluppo di un videogioco per console, attualmente compreso tra i 25 e i 50 milioni di dollari[40], è sufficiente la semplice divisione dei costi totali per il profitto netto per unità per intuire come sia necessaria la vendita di almeno un milione di unità per il solo raggiungimento del break even, in un mercato che vede solo una piccola percentuale di titoli raggiungere questo risultato[41]. Questo ha portato i publisher ad adottare la filosofia del "fewer, bigger, better", concentrandosi su pochi grandi *hit* dal sicuro ritorno economico: sequel, prequel, spin–off di franchise spesso multimediali, remake di giochi di successo o basati su licenze sportive dominano le Top Ten, portando a una stagnazione creativa. La scarsa considerazione economica per gli sviluppatori e le limitazioni creative imposte dai publisher saranno tra le motivazioni principali della nascita del movimento indipendente, problematiche affrontate e in parte superate con l'affermazione della distribuzione digitale.

[40] Koster, Raph, *The Cost of Games*, Ralph Koster's Website, 17 gennaio 2018. (https://www.raphkoster.com/2018/01/17/the-cost-of-games/#more-31691)
[41] Rabowsky, Brent, *op.cit.*, 2010. [Edizione Kindle].

1.1.2. La svolta digitale e il mercato globale

Secondo Aphra Kerr, tre sono le svolte tecnologiche che hanno direttamente impattato la struttura e la crescita dell'industria videoludica[42]: la diversificazione delle piattaforme e dei *device* dove i videogiochi possono essere fruiti, rappresentata dall'arrivo sul mercato dei dispositivi mobile; la disponibilità della connessione wireless di questi *device*; la crescente disponibilità di infrastrutture della rete internet in un sempre maggior numero di stati.

Tali svolte tecnologiche hanno permesso il progressivo passaggio al gioco online, introducendo nuovi metodi di distribuzione e riorganizzando le funzioni e le dinamiche di interazione tra gli attori in ogni livello della *value chain* "tradizionale".

Lo schema riportato qui sopra[43] illustra come l'emergere di internet e della distribuzione digitale abbia annullato i costi di manifattura e distribuzione fisica, ridimensionando, se non negato, il ruolo di distributori e rivenditori. I publisher possono distribuire i propri giochi direttamente tramite ISP

[42] Kerr, Aphra, *Global Games: Production, Circulation and Policy in the Networked Era*, Taylor and Francis, 2017. [Edizione Kindle]
[43] González-Piñero, Manel, *op.cit.*, 2017, p.24.

(*Internet Service Providers*), o attraverso i portali esclusivi degli *hardware manufacturer* (XBox Live, PlayStation Network, Nintendo eShop), che agiscono come aggregatori di contenuti e forniscono mercati per la distribuzione dei giochi, fungendo da vetrine per l'advertising. La crescente importanza degli ISP risulta in un processo di disintermediazione, dove questi ultimi prendono il posto prima occupato dai distributori.

Sviluppatori e consumatori sono le categorie che più beneficiano della disintermediazione portata da internet. I primi non solo hanno accesso a nuovi mercati, ma ottengono anche percentuali sulle singole copie vendute molto più favorevoli rispetto al modello tradizionale, poiché godono dell'eliminazione delle percentuali destinate a negozianti, publisher, distributori e dei costi di manifattura e distribuzione delle copie fisiche: rivolgendosi direttamente a un ISP, uno sviluppatore ottiene solitamente il 70% del prezzo di vendita per ogni unità venduta, con il restante 30% trattenuto sai proprietari dello store. I consumatori, invece, possono usufruire di un sistema di distribuzione rapido e accessibile 24 ore su 24, che offre software a prezzi economici e un servizio di assistenza e aggiornamento continuato, con svariate tipologie di pagamento in grado di soddisfare le loro esigenze (sottoscrizioni mensili, *pay–to–play*, *free–to–play*, ecc.). Questo scenario porta a considerare il videogioco non è più come prodotto, un'opera che una volta terminata e distribuita viene considerata conclusa, ma come servizio, ovvero «un'attività o serie di attività di natura quasi sempre intangibile fornita al cliente per soddisfare le sue esigenze[44]». Ciò si manifesta in una diretta relazione tra sviluppatori e consumatori finali: i primi possono godere di feedback, commenti ed analisi in tempo reale del loro operato, utilizzando queste informazioni per aggiornare periodicamente i propri giochi in base alle sollecitazioni esterne, andando incontro all'evolversi delle esigenze del giocatore; i secondi ricevono esperienze di intrattenimento dinamiche e *responsive*, con contenuti aggiuntivi, patch e servizi dedicati che possono essere messi in atto in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo[45]. Lo sviluppo videoludico diventa un processo in costante divenire e potenzialmente infinito, dove sia spese che incassi sono distribuiti nel tempo.

1.1.3. Settori di mercato e piattaforme

In questa sezione si presenteranno i tre principali settori del mercato videoludico, corrispondenti alle tre piattaforme di gioco più diffuse, le console, i PC e i mobile devices, illustrandone qualità e problematiche sia dal punto di vista economico che produttivo.

---

[44] Viola, Fabio, *Gamification*, Arduino Viola, 2010, pp.125-126.
[45] *Ivi*, p.126.

1.1.3.1. Console

Storicamente settore di riferimento per l'intera industria videoludica, il mercato console contemporaneo vede le sue radici negli anni Ottanta, con il declino nel 1983 di Atari[46] e l'emergere di Nintendo e Sega, cui si aggiungerà Sony a metà anni Novanta e Microsoft nei primi 2000. Al 2017, secondo Newzoo[47], il settore console ha globalmente ottenuto ricavi per 33.5 miliardi di dollari, pari al 31% degli incassi totali dell'industria videoludica. Per quanto sotto il punto di vista economico recentemente superato dal settore mobile, dai primi anni Novanta fino agli ultimi anni Duemila console e relativi giochi dominano il mercato videoludico, imponendo una serie di restrizioni e regole ferree di pubblicazione a publisher e sviluppatori. I vertici della Nintendo per primi, con il rilascio sul mercato del NES (*Nintendo Entertainment System*, 1985), imposero una strategia di rigido controllo sia sul numero di giochi da pubblicare che sui loro contenuti, convinti, non senza ragione, che una delle cause del crollo dell'Atari risiedesse nell'elevata quantità di giochi rilasciati senza alcun controllo qualitativo. Ogni publisher e sviluppatore intenzionato a pubblicare un gioco su una console Nintendo, doveva firmare un contratto che imponeva una serie di obblighi e limitazioni, quali non sviluppare più di cinque giochi all'anno; non pubblicare uno stesso gioco su altre piattaforme prima di due anni; non presentare nei giochi alcun tipo di riferimento esplicito a violenza, nudità, profanità, uso di alcol e droghe, messaggi politici o simboli religiosi; pagare una percentuale per il noleggio del devkit necessario per lo sviluppo; pagare per la manifattura di un numero minimo di copie; concedere il 10% sugli incassi derivati dal diritto d'autore; Nintendo avrebbe deciso il numero di copie da produrre e l'entità della campagna pubblicitaria[48].

Il successo della strategia Nintendo convinse ad adottare regole simili anche dagli altri produttori di console, ponendoli in una posizione dominante nei confronti di publisher e sviluppatori, portando alcuni commentatori a considerare l'intero settore come un oligopolio, nonostante una feroce ed esplicita competizione: celebri sono ad esempio le pubblicità comparative introdotte da Sega per screditare Nintendo[49] nei primi anni Novanta, come è ben noto il destino di Sega stessa, costretta a

[46] Per approfondimenti, si veda Kent, Steven L., *The Ultimate History of Video Games*, Three Rivers Press, New York, 2001; Donovan, Tristan, *Replay. The History of Video Games*, Yellow Ant, Lewes, East Sussex, 2010.

[47] McDonald, Emma, *The Global Games Market Will Reach $108.9 Billion in 2017 With Mobile Taking 42%*, Newzoo, 20 aprile 2017. (https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42/).

[48] L'elenco è stato redatto dalla combinazione delle informazioni contenute in Sheff, David, *Game Over. How Nintendo Conquered the World*, First Vintage Books Edition, New York, 1994 [Edizione Kindle], e Harris, Blake J., *Console Wars. La battaglia che ha segnato una generazione*, Multiplayer.it Edizioni (edizione italiana), 2015 [Edizione Kindle].

[49] Citiamo qui solo lo slogan più celebre, "Genesis Does What Nintendon't", riferito alla console Sega Genesis, il nome utilizzato sul mercato statuintense per il Sega MegaDrive.

chiudere la sezione hardware nel 2001 anche a causa dell'entrata sul mercato della Sony PlayStation[50].

Caratteristica unica del settore è quella di essere dominato da un piccolo numero di sistemi proprietari chiusi, non compatibili tra loro e non modificabili dall'utenza: questo porta al parodosso che le console, per quanto spesso all'avanguardia come tecnologie impiegate, risultino obsolete fin dal loro lancio, costringendo gli *hardware manufacturer* al rilascio di nuove versioni in cicli di aggiornamento dapprima di circa 4/5 anni, allungati nell'ultima decade a circa 5/7 anni alternati al rilascio ogni 2/3 anni di versioni potenziate o ridisegnate[51]. Ad esempio, alla Sony PlayStation 4, distribuita nel novembre 2013, è seguito il rilascio nel 2016 della PlayStation 4 Pro, una versione che ne mantiene l'architettura ma aumenta le capacità grafiche e computazionali al fine soprattutto di permettere il gioco in realtà virtuale tramite l'HMD PlayStation VR, venduto separatamente. Ogni ciclo vede cambiamenti sostanziali che impongono non solo costi extra al consumatore, costretto a comprare la nuova versione della console, ma anche la necessità degli sviluppatori di imparare a sfruttare al meglio le nuove tecnologie, aumentando tempi e costi di sviluppo.

Gli aspetti oligopolisti di questo segmento di mercato, combinato con i sistemi chiusi delle console, condizionano fortemente la struttura produttiva dei software, portando i maggiori produttori a erigere una serie di barriere al fine di proteggere la loro quota di mercato e prevenire l'entrata di competitori. Così, mentre i giochi possono essere sottoposti a un processo di porting da una piattaforma ad un'altra, i principali attori del settore controllano nel dettaglio il flusso e la qualità dei contenuti proposti sui loro sistemi, assicurandosi che software senza licenza creati da sviluppatori non accreditati non vedano mai la luce sulle loro piattaforme. Questa forma di controllo è di natura economica e qualtativa. Innanzitutto, publisher e sviluppatori sono costretti a pagare ai produttori delle console una percentuale sul prezzo di vendita per ogni gioco venduto sulle loro piattaforme (costo che varia tra i 7 e i 10 dollari[52]), noleggiare il devkit necessario per lo sviluppo (nel 2008, il nolegio del devkit per l'*hand–held* Nintendo DS costava 2.500 dollari[53]) e coprire parte dei costi di manifattura delle copie fisiche e della loro distribuzione nei negozi. Inoltre, tutti i produttori di console impongono stringenti controlli di qualità prima di permettere il rilascio di un titolo sulla loro piattaforma, chiedendo non raramente i diritti in esclusiva affinché questi giochi siano disponibili solo sulle loro console. Questi costi extra e queste barriere fungono da contro bilanciamento per i costi di produzione dell'hardware e del marketing, e consentono di mantenere

[50] Kent, Steven L., *The Ultimate History of Video Games*, Three Rivers Press, New York, 2001. [Edizione Kindle].
[51] Kerr, Aphra, *op.cit.*, 2017. [Edizione Kindle]
[52] Kerr, Aphra, *op.cit.*, 2006, p.57.
[53] O'Donnell, Casey, *Developer's Dilemma: The Secret World of Videogame Creators*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2014. [Edizione Kindle].

alto il prezzo per unità di ogni gioco. La strategia adottata dai produttori di console è quella del *razor and blade*, così chiamata in riferimento al mercato dei rasoi da barba, nel quale un rasoio viene venduto a prezzi in perdita al fine di creare una larga base di utenza, per poi recuperare i costi tramite la vendita a prezzi elevati delle lamette[54]. Allo stesso modo, le console vengono vendute a prezzo di fabbrica come articolo di richiamo e costruire una quota di mercato dipendente, per creare profitto, dalle vendite a del software. Così, mentre la quota di mercato è dipendente dal numero di vendite delle console, le vendite di queste ultime sono direttamente legate al numero di titoli di alta qualità disponibili sulle rispettive piattaforme[55], estremizzando ulteriormente la necessità di produrre *hit* di sicuro ritorno economico e imponendo quello delle console come settore privileggiato per la produzione di giochi tripla–A.

In anni recenti il mercato console ha però subìto la concorrenza dei mobile devices e del PC, in ripresa grazie all'affermazione della distribuzione digitale, costringendo gli *hardware manufacturer* a rivedere in parte le proprie strategie. Innanzitutto, le console vengono concepite come *home media center*[56], macchine non più dedicate alla sola pratica del gaming ma multifunzionali. Le più recenti console Microsoft e Sony, rispettivamente Xbox One e PlayStation 4, permettono la fruizione di film in bluray, di contenuti in streaming, la gestione in tempo reale dei propri profili social con particolare attenzione alla creazione e condivisione di contenuti originali degli utenti, consentendo ad esempio di registrare le proprie sessioni di gioco e postarle sui principali portali on-line (es. Twitch) con il semplice utilizzo di pochi tasti del gamepad. Secondo, al fine di raggiungere una più ampia utenza, le console vengono ibridate con le altre piattaforme, sia nel software che nell'hardware. Microsoft Xbox One è basata ad esempio su una versione dedicata del sistema operativo Windows 10 in grado di comunicare con le versioni per PC e Windows Phone, e permettere quindi il gaming online e lo scambio di contenuti tra utenti console, PC e mobile. Nintendo Switch è invece un ibrido tra console e mobile, di dimensioni intermedie tra uno smartphone e un tablet e dotato di touchscreen, concepito per la fruizione di giochi e contenuti sia sugli schermi domestici, come una normale console, che sullo schermo in dotazione, come uno smartphone. Infine, la creazione di store digitali dedicati per ogni console (Xbox Live Market, PlayStation Store, Nintendo eShop) ha portato al ridimensionamento della produzione di titoli tripla-A in favore di giochi più "piccoli" per peso e durata, più agevoli da scaricare e fruibili da una più vasta utenza. Microsoft ad esempio ha creato il servizio ID@Xbox, dedicato al supporto per la produzione di giochi di piccole software house, solitamente concentrate sulla piattaforma PC; il

---

[54] Kerr, Aphra, *op.cit.*, 2006, p.58.
[55] *Ibid.*
[56] Non si tratta di una novità: la prima PlayStation (1995) permetteva ad esempio di ascoltare i cd musicali. Mai prima d'ora si erano però potenziate con simile impegno e a livello strutturale le possibilità multifunzionali di una console, segnando un decisivo cambio di mentalità evidenziato anche dal marketing.

catalogo digitale della Nintendo Switch, all'ottobre 2018, presenta per la maggior parte porting di giochi originari per PC o mobile, e molti altri sono stati annunciati per i mesi a venire.

1.1.3.2. Personal Computer (PC)

Il Personal Computer viene commercializzato a partire dai primi anni Ottanta principalmente come strumento di semplificazione delle pratiche produttive e gestionali per aziende ed enti pubblici. Nettamente inferiore come prestazioni hardware rispetto ai contemporanei *home computer* (Commodore 64, Amiga, ZX Spectrum, Apple II), viene considerato una macchina adatta al gaming solo a partire dai primi anni Novanta, con le evoluzioni tecnologiche rappresentate ad esempio dall'introduzione delle schede video acceleratrici 3D, del CD–Rom, dei processori Intel Pentium. Nonostante una maggiore capacità computazionale, che offre esperienze visive e di gameplay inarrivabili per le altre piattaforme, quello per PC è storicamente un settore di mercato secondario rispetto a quello console, a causa soprattutto degli elevati costi di acquisto, della necessità di continua manutenzione e aggiornamento e soprattutto della facilità con cui i videogiochi possono essere copiati e distribuiti illegalmente. In compenso, l'essere un sistema aperto e modulare, disponibile alla modifica e personalizzazione da parte dell'utenza sia come hardware che come software, ha permesso al PC di diventare territorio privilegiato per la sperimentazione tecnologica (è qui che nasce l'online gaming e la realtà virtuale) e contenutistica: sviluppatori e semplici appassionati possono realizzare e distribuire i propri videogiochi autonomamente, con costi di produzione ridotti e liberi da vincoli tematici e pressioni da parte di publisher, per quanto dalle scarse se non nulle prospettive di ritorno economico.

Tale scenario ha però beneficiato dalla seconda metà degli anni 2000 di una serie di fattori che hanno rilanciato l'interesse per il PC, dall'abbassamento dei prezzi dell'hardware alla diffusione di nuovi, potenti laptop, portatili ma in grado di competere come prestazioni con i PC fissi, fino all'affermazione della distribuzione digitale e di store online come Steam e GOG.com. L'assenza di costi di manifattura e distribuzione, così come di royalties per publisher e *hardware manufacturer*, consente di ridurre sensibilmente il prezzo di vendita dei giochi (su Steam la media è di 15 euro) e di offrire una vastissima scelta di contenuti, permettendo la diffusione di titoli per i mercati di nicchia che con la distribuzione fisica mai avrebbero visto la luce, rendendo la piattaforma punto di riferimento per piccoli sviluppatori e produzioni indipendenti. Secondo le statistiche rilasciate da Newzoo, nel 2017 la piattaforma PC ha generato incassi per 29.4 miliardi di dollari, di cui 24.8

miliardi tramite la vendita di giochi online, avvicinandosi ai risultati del settore console[57]. Sempre più piattaforma di prova (si è accennato alle recenti politiche di Nintendo, con l'offerta per la Switch di un elevato numero di porting di giochi nativi per PC, e di Microsoft, concentrata sullo sviluppo di giochi multipiattaforma) e sperimentazione (si veda la realtà virtuale), il settore però affronta attualmente una saturazione di contenuti: l'estrema libertà di pubblicazione, esemplificata dal servizio Steam Greenlight (di cui parleremo in seguito), ha portato in breve ad un'offerta eccessiva di giochi dalla qualità media scadente, rendendo difficile a titoli effettivamente meritevoli di emergere dalla massa, smorzando l'entusiamo di molti sviluppatori e rilanciando il ruolo del publisher, non tanto come finanziatore delle fasi di sviluppo di un gioco ma piuttosto come responsabile del marketing, diventato fondamentale in un mercato così denso di proposte.

1.1.3.3. Mobile

Secondo il report *Digital in 2018* condotto da We Are Social e Hootsuite, sono 5.135 miliardi[58] le persone proprietarie di un dispositivo mobile, smartphone o tablet, mentre il sito Statista registra una presenza globale di 3.7 miliardi di utenti unici[59]: numeri ancor più sorprendenti se si considera che il primo smartphone, l'Apple iPhone 3G, è stato rilasciato nel 2008. Un immenso bacino di utenza, cui i principali app store offrono milioni di app: al termine del 2017, Google Play ospitava circa 3.5 milioni di app, l'AppStore 2.2 milioni, Amazon Appstore 384.537[60]. La maggior parte di queste app sono videogiochi: rappresentano il 25.02% dell'offerta su Apple AppStore, seguita con un sostanziale distacco dalle business app al 9.8%[61], mentre, globalmente, sono stati 6.9 miliardi i download di gaming app da Google Play, seguiti dalle utility app scaricate 1.190 miliardi di volte[62]. Secondo le statistiche Newzoo, nel 2017 i videogiochi per mobile hanno generato 46.1 miliardi di dollari, il 42% dell'intero mercato globale videoludico.

Dati che testimoniano come smartphone e tablet siano diventati in maniera repentina i dispositivi più utilizzati quotidianamente dall'utenza, permettendo di usufruire dei giochi ovunque e in

---

[57] McDonald, Emma, *The Global Games Market Will Reach $108.9 Billion in 2017 With Mobile Taking 42%,* Newzoo, 20 aprile 2017. (https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42/).

[58] We Are Social, Hootsuite, *Digital in 2018*, slide 7, 29 gennaio 2018. (https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338).

[59] Statista, *Mobile Internet - Statistics & Facts*, 2018. (https://www.statista.com/topics/779/mobile-internet/)

[60] La grande differenza tra i primi due portali e Amazon Store è anche dovuta agli anni di attività: quest'ultimo è stato lanciato stabilmente nel 2014, mentre sia Google Play che Apple AppStore nel 2008.

[61] Statista, *Most popular Apple App Store categories in September 2018*, by share of available apps, settembre 2018. (https://www.statista.com/statistics/270291/popular-categories-in-the-app-store/).

[62] Statista, *Most popular Google Play app store categories from 1st quarter 2016 to 2nd quarter 2018, by number of downloads (in millions)*, settembre 2018. (https://www.statista.com/statistics/256772/most-popular-app-categories-in-the-google-play-store/).

qualsiasi momento, nonché di raggiungere fasce di popolazione per età o genere statisticamente poco interessate al gaming con l'effetto di avvicinarle al medium. Il piccolo schermo (in confronto al PC), le ristrettezze dell'hardware (soprattutto riguardo agli spazi di memoria fisica e RAM), la natura *multiuser* dei dispositivi mobile (dove giocare non è la funzione primaria offerta dal device, ma accessoria) hanno reso lo smartphone la piattaforma più adatta per la fruizione di *casual games*, di *casual games*, che fino allora trovavano spazio on–line su portali dedicati. Con *casual game* si intende videogiochi sviluppati «to provide short–session, bite–sized chunks of gameplay that can be completed in a few minutes while players are on the go, commuting to work, or traveling[63]», e che secondo Jesper Juul[64] condividono quattro caratteristiche: interfacce *user friendly* e controlli facilmente intuibili (*usability*) ma non per questo troppo semplici da padroneggiare (*difficulty*); ambientazioni e tematiche solari e rassicuranti, dalle grafiche allegre e colorate (*juicyness*); la possibilità di interrompere e riprendere il gioco in qualsiasi momento (*interruptibility*). Sono queste caratteristiche in grado di sfruttare al meglio le potenzialità della piattaforma mobile, particolarmente adatta al moderno paradigma culturale del multitasking, dove i modi di impiegare il proprio tempo sono caratterizzati da brevi cicli di attività e di attenzione, aggregando più attività in un relativamente breve periodo. Spesso, in fase di sviluppo, il gameplay viene deciso a seconda del bisogno di svago e intrattenimento dell'utente durante momenti di attesa o relax.

Giochi quindi "piccoli", per durata, richieste hardware e, soprattutto, prezzo: il costo medio di un gioco sull'Apple AppStore al 2017 è di 0.49 dollari[65]. Attualmente l'industria mobile offre principalmente due tipologie di acquisto, il tradizionale *del pay-to-play* (P2P), dove l'utente paga un prezzo predeterminato per usufruire di una app o videogame nella sua interezza, e il *free-to-play* (F2P), dove viene dato accesso totale al gioco o ad una significativa porzione dei contenuti senza necessità di pagare alcunché, e ciononostante tale tipologia è responsabile del 75% degli incassi globali nel settore della distribuzione online[66]. Questo si verifica poiché il F2P in realtà viene declinato in diverse varianti di monetizzazione:

- *premium*, nel caso di giochi che permettono lo sblocco a pagamento di contenuti importanti come nuove mappe, livelli o espansioni, nonché il potenziamento di determinate funzionalità (come l'automatizzazione di operazioni ripetitive);
- *freemium*, crasi tra *free* e *premium*, con la vendita di oggetti in-game acquistabili tramite microtransazioni. Questi possono essere oggetti dalla funzione unicamente cosmetica, al fine

[63] Rabowsky, Brent, *Interactive Entertainment: A Videogame Industry Guide*, 2010. [Edizione Kindle].
[64] Juul, Jesper, *A Casual Revolution*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2010. [Edizione Kindle].
[65] Statista, *Average prices for apps in the Apple App Store as of September 2018 (in U.S. dollars)*, settembre 2018. (https://www.statista.com/statistics/267346/average-apple-app-store-price-app/).
[66] AppBrain, *Free vs. paid Android apps*, 30 ottobre 2018. (http://www.appbrain.com/stats/free-and-paid-android-applications).

di personalizzare ad esempio il proprio avatar, o potenti power–up che facilitano enormemente il gioco. Questa variante, chiamata *pay-per-win* o *pay-for-advance*, è considerata scorretta dalla maggioranza dei videogiocatori, perché permette di ottenere istantaneamente bonus altrimenti guadagnati con ore di gioco; d'altro canto, si tratta anche del sistema più veloce per una software house per monetizzare un gioco mobile: l'offerta di risparmiare ore di gioco per un potenziamento in cambio di soldi reali è spesso allettante per molti utenti, per quanto tali potenziamenti non siano economici (i prezzi variano da 5 a 99 euro a seconda dell'entità del bonus).

Visto inizialmente come settore privileggiato per le piccole software house indipendenti, principalmente per le basse richieste economiche e performative necessarie per accedere agli app store, ben presto quello mobile ha subìto, similmente al settore PC, una veloce saturazione dell'offerta, aggravata da una mentalità impreditoriale basata sulla riproposizione pedissequa di app di successo e da un'estrema competizione, dove gli incassi sono suddivisi in maniera diseguale, concentrati fondamentalmente in pochi *big-hitters* da milioni di download quotidiani: nel 2017, le sole prime 10 app in classifica hanno prodotto utili per circa 11.7 miliardi di dollari[67]. Nel mare magnum di app simili tra loro, a fare la differenza per l'utente diventa il prezzo di vendita: l'affermazione del free–to–play è anche conseguenza di una guerra al ribasso dei prezzi tra i vari sviluppatori. D'altronde, che senso ha per l'utente pagare anche 50 centesimi un gioco, quando può averne facilmente decine di simili gratis? Certo il free–to–play, come visto, non è del tutto "free" e consente varie forme di guadagno, ma ora più che mai sono necessari numeri di download molto alti per generare utili, e tali numeri sono raggiungibili solo da titoli con forti investimenti nel porting per tutti i sistemi, nella localizzazione, e soprattutto nella *user acquisition*. Cifre proibitive per i piccoli sviluppatori, costretti a rimanere relegati negli spazi bassi degli store, penalizzati anche dagli algoritmi sia dell'AppStore che di Google Play, costruiti per promuovere ciò che è già popolare, concedendo un forte vantaggio ai progetti di massa rispetto a titoli pensati per nicchie di mercato lasciate scoperte. Quello mobile, al momento, risulta come un settore di mercato che, sebbene la continua crescita economica, comincia a mostrare segni di stanchezza: prova ne sono le molte software house che, nate in ambiente mobile, stanno convertendo i loro progetti futuri verso lo sviluppo per PC e, in minor misura, console.

[67] Statista, *Leading mobile game titles worldwide in 2017, by revenue (in million U.S. dollars)*, 2018. (https://www.statista.com/statistics/505625/leading-mobile-games-by-global-revenue/)

1.1.4. *Game Development Life Cycle* (GDLC)

Lo sviluppo effettivo di un videogioco comporta molti ostacoli e sfide, variando a seconda di fattori come le modalità di finanziamento, la piattaforma di riferimento, il genere e le grafiche adottate, le scelte distributive, portando ad una forte eterogenità delle strategie e degli approcci adottati per la realizzazione di ogni singolo gioco. É difficile individuare un approccio comune, omogeneo e istituzionalizzato, per quello che viene comunemente definito *Game Development Life Cycle* (GDLC), la sequenza cronologica delle varie fasi produttive di un videogioco: sia software house che accademici propongono diverse strutture distribuite su più fasi, evoluzioni dei cicli produttivi alla base della produzione di beni culturali. In tal senso, ad esempio Hesmondhalgh identifica tre fasi, *creazione* (nelle sottofasi di concezione, esecuzione, trascrizione e master), *riproduzione* (che riguarda la duplicazione e manifattura del bene) e *circolazione* (ovvero il marketing, la campagna pubblicitaria, la distribuzione e la vendita all'ingrosso)[68]. Tradizionalmente, l'industria videoludica adotta i termini di *pre-produzione* (concezione e prototipazione), *produzione* (design, programmazione e testing) e *distribuzione* (manifattura, localizzazione, marketing e supporto), dove le prime due possono corrispondere alla fase di creazione e la terza unisce al suo interno le fasi di riproduzione e circolazione identificate da Hesmondhalgh.

Vi sono poi varie interpretazioni. Ramadan e Widyani ad esempio identificano sei fasi, *iniziazione, pre-produzione, produzione, testing, beta, rilascio*[69], stesso numero per Kerr, che suddivide il ciclo produttivo in *design e prototipazione*, *pre-produzione, produzione, testing, publishing*, *distribuzione*[70]. Per Johns le fasi sono sette, *finanziamento, sviluppo, produzione, publishing, distribuzione, vendita al dettaglio* e *consumo*[71], mentre O'Donnell le raggruppa in tre momenti, *pre-produzione*, *produzione e publishing*, *manifattura e distribuzione*[72]. Con l'avvento della distribuzione digitale, molte software house operanti nel settore online parlano di *pre-lancio*, *lancio* e *post-lancio*[73], sottolineando l'importanza del fornire un supporto costante *dopo* il rilascio del gioco.

Nonostante l'eterogeneità degli approcci, è possibile comunque individuare aspetti e problematiche comuni. A partire da questi e dal più recente lavoro di Kerr, riteniamo che le fasi che compongono il GDLC possano attualmente essere cinque:

---

[68] Hesmondhalgh, David, *op.cit.*, 2013.
[69] Ramadan, Rido, Widyani, Yani, *Game Development Life Cycle Guidelines*, conference paper ICACSIS - International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems 2013, settembre 2013.
[70] Kerr, Aphra, *op.cit.,* 2006, p.80.
[71] Johns, Jennifer, *Video games production networks: Value capture, power relations and embeddedness*, in *Journal of Economic Geography*, vol.6(2), 2006, pp.151-180.
[72] O'Donnell, Casey, *Developer's Dilemma: The Secret World of Videogame Creators*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2014. [Kindle Edition]
[73] Kerr, Aphra. *op.cit.,* 2017. [Edizione Kindle].

1. *Design e prototipazione*
2. *Pre-produzione*
3. *Produzione e testing*
4. *Pubblicazione, localizzazione e distribuzione*
5. *Post-produzione*

Design e prototipazione

La fase di *design e prototipazione* vede una software house cercare di ottenere finanziamenti per lo sviluppo di un proprio gioco da parte di publisher, venture capitalist, bandi pubblici e/o tramite crowdfunding, nel tentativo di assicurarsi un anticipo sui costi di produzione e, in certi casi, negoziare una percentuale sui diritti dell'IP e sulle royalties. A tale scopo, le software house creano un sintetico documento informativo contenente l'idea centrale del gioco – inclusi genere, ambientazione, piattaforma e mercato di riferimento, costi e tempistiche di sviluppo previste –, e una serie di artwork e brevi video dimostrativi. In periodi recenti, inoltre, ha acquisito sempre più importanza la presentazione di un prototipo del gioco (*Playble Demo*), funzionale e giocabile seppur ad uno stato grezzo, allo scopo di dimostrare abilità e serietà d'intenti degli sviluppatori. In questa fase, gli eventuali finanziatori possono chiedere modifiche, rimozione o aggiunte al progetto originale, per quanto queste siano spesso motivate da ragioni di mercato e variabili nell'arco di brevi periodi. Un esempio recente è riportato da Tameem Antoniades, co–fondatore della software Ninja Theory[74], in un talk al GDC Europe 2014:

> «*We pitched a novel horror game that we worked up with Alex Garland, the writer, producer of* 28 Days Later*,* The Beach *and* Sunshine *[...]. Only to be told that we had to add melee combat in it because that was what we could sell. Then told that melee combat wasn't popular enough and neither was horror. A spreadsheet was shown to us that demonstrated this. We also pitched with Alex, a co–op story based game set in the real world with real characters only to be told that super heroes and space marines would sell better, so "why don't you set it on Mars?". That was the end of that game*[75]»

Il fallito tentativo di finanziamento di Antoniades a causa di quello che, all'interno dello stesso talk, definisce "Design-by-spreadsheet", è solo una delle più recenti testimonianze di una pratica tipica dei grandi publisher. Racconti di trattamenti simili sono molto numerosi, alimentando così la

[74] Attiva dal 2003, Ninja Theory ha sviluppato negli anni 4 titoli AAA di buon successo commerciale e di critica, di cui il più celebre è il reboot della serie *Devil May Cry* (2013). Nel 2017 ha rilasciato il pluripremiato *Hellblade: Senua's Sacrifice*.

[75] Antoniades, Tameem, *The Independent AAA Proposition*, GDC Europe 2014, talk, 2014. Trascrizione al link: https://www.hellblade.com/the-independent-aaa-proposition/.

percezione, alla base dell'ideologia indipendente, che vede nel publisher una figura avida e meschina, e di riflesso la produzione videoludica come un campo senza alcuna garanzia e del tutto dipendente dalle volatili intenzioni di questi ultimi e del mercato[76].

Pre-produzione

Nel caso di approvazione di un progetto (*greenlight*) e ottenuto il relativo finanziamento, si passa alla fase di *pre-produzione*, dedicata alla creazione delle migliori condizioni per l'effettiva produzione del gioco nel rispetto delle tempistiche e della qualità preventivate. Questo si traduce nell'approfondimento nei minimi dettagli del primo documento informativo presentato, che diventerà la guida base (*Game Design Document*, GDD) per l'intero processo di sviluppo e un riferimento per ogni sezione del team, nell'eventuale reclutamento di ulteriori componenti e/o nella sottoscrizione di accordi di lavoro in *outsourcing* verso artisti (soprattutto riguardo alle colonne sonore) o software house terze, nella scelta dei *tool* di sviluppo utilizzati, ovvero il *game engine* e i vari *middleware* dedicati a specifiche caratteristiche (come *Havoc* per la gestione delle fisiche nel gioco).

Produzione e testing

Definiti gli aspetti produttivi, si entra nella fase di *produzione e testing*, l'effettivo sviluppo del gioco attraverso la realizzazione di tutti gli elementi che andranno a comporre il gioco stesso, come il codice sorgente, gli asset grafici, gli effetti sonori, le modalità di gioco (*single player*, *multiplayer co-op, multiplayer online*, ecc.). Lo sviluppo avviene tramite il raggiungimento di passaggi progressivi chiamati *milestones*, ovvero:

1. *First Playable*: una prima versione del gioco, con i principali elementi grafici e un gameplay funzionante;
2. *Alpha*: versione con tutte le principali caratteristiche grafiche e funzionalità di gameplay previste. Queste caratteristiche possono essere riviste, ed è possibile l'aggiunta di ulteriori piccole, nuove funzionalità, così come la cancellazione di altre. Lo scopo è terminare la programmazione del codice sorgente, piuttosto che portare grandi cambiamenti;
3. *Beta*: il gioco nella sua fase completa e definitiva, dove vengono corretti solo i bug restanti. La Beta viene spesso inviata anche a selezionati giornalisti ed esperti esterni per ricevere feedback e pubblicizzare in anteprima il gioco. La Beta può anche essere distribuita a pagamento ai consumatori nella forma di Early Access;
4. *Gold Master*: il gioco completo e definitivo, utilizzato come master per la manifattura delle copie fisiche o il rilascio per il download online.

[76] O'Donnell, Casey, *op.cit.,* 2014. [Edizione Kindle].

Tra ogni *milestone* è prevista una fase di *testing*, nella quale team di giocatori specializzati esaminano ogni particolare del gioco al fine di individuare problematiche tecniche (*bug*) e di equilibrio del gameplay, da comunicare in seguito agli sviluppatori per eventuali correzioni e modifiche.

Nel caso di finanziamenti da parte di publisher e/o di distribuzione su piattaforme chiuse come le console, il *Gold Master*, prima della pubblicazione, subisce un processo di approvazione basato su parametri qualitativi e/o di mercato (*Quality Assurance,* QA). Un publisher ad esempio può decidere di cassare un progetto – per quanto terminato – se ritiene che non abbia potenzialità di mercato, variabile nel tempo tra la sua approvazione e il suo completamento: dati gli elevati costi di marketing (per un titolo tripla-A, in media variabili tra il 75-100% dei costi di sviluppo[77]), paradossalmente risulta più conveniente *non* distribuire un gioco terminato se non presenta caratteristiche che i publisher ritengono vendibili, preferendo investire in altri progetti. Ugualmente, un gioco può non soddisfare i parametri qualitativi imposti dal produttore di console verso la quale è destinato. Solitamente concentrati sull'assenza di bug, tali controlli possono riguardare anche i contenuti del gioco: Nintendo, ad esempio, come si è visto, ha regole stringenti rispetto alla rappresentazione esplicita della violenza[78].

Pubblicazione, localizzazione e distribuzione

Approvato il *Gold Master*, si entra nella fase di *pubblicazione e distribuzione*, solitamente a carico del publisher, che si occupa della duplicazione e manifattura delle copie fisiche del gioco, del marketing e della distribuzione nei rivenditori, nonché della sua localizzazione per il rilascio sui mercati regionali. Quest'ultimo aspetto ha acquistato nel tempo una grande importanza, che trova le sue basi nel concetto di *glocalization*, inteso come «the simultaneous occurrence of both universalizing and particularizing tendencies in contemporary social, political, and economic systems[79]». In altre parole, la mescolanza di elementi globali e locali in prodotti e servizi ideati per la diffusione internazionale ma adattati a contesti politici e culturali regionali: per i grandi publisher oltre il 50% degli incassi deriva dalle vendite internazionali[80], che giustificano costi elevati e lunghe tempistiche di localizzazione dei giochi. Per avere un'idea delle dimensioni e della quantità dei contenuti trattati, consideriamo, per ogni gioco, una media di 30.000 parole, 2.000 frasi registrate in

---

[77] Koster, Raph, *op.cit.*, 17 gennaio 2018. (https://www.raphkoster.com/2018/01/17/the-cost-of-games/#more-31691).
[78] Celebre è il caso di *Mortal Kombat* (Midway, 1993), picchiaduro famoso per la possibilità di "terminare" i propri avversari con mosse estremamente splatter dette *fatality*: Nintendo obbligò il publisher del gioco, Acclaim, a rimuoverle nella versione per Super Nintendo (Donovan, Tristan, *Replay. The History of Video Games*, Yellow Ant, Lewes, East Sussex, 2010, p.226).
[79] Blatter, Joachim, *Glocalization*, Encyclopedia Britannica. (https://www.britannica.com/topic/glocalization).
[80] Edwards, Kate, *Creating games for global players. Considering localisation and culturalization,* IGDA Seattle: AltDev Student Summit, talk, 15 novembre 2012, minuti 1:16-1:44. Video al link: www.youtube.com/watch?v=HKh_qLiEd-0.

voice over e 400 per le sequenze cinematiche, divise su 32 personaggi e tradotte in almeno 4 lingue per le versioni su 3 piattaforme di riferimento[81]. La localizzazione coinvolge inoltre anche variazioni degli asset grafici e la modifica o eliminazione di particolari contenuti al fine di superare leggi nazionali[82], evitare "fraintendimenti" culturali[83] o sfruttare particolarità dei mercati locali[84].

Post-produzione

Infine, una volta rilasciato il gioco, ha inizio la fase di *post–produzione*, la cui importanza per il prolungamento della sua vita commerciale è diventata fondamentale con la crescita e diffusione di internet. Consiste nel supporto al gioco tramite il rilascio periodico e gratuito di aggiornamenti correttivi (*patch*) atti a risolvere bug sfuggiti durante le fasi di *testing* e piccoli sbilanciamenti nel gameplay in seguito ai feedback di giocatori e giornalisti, nonché a fornire alcune *features* aggiuntive (come traduzioni in nuove lingue). Oltre alle *patch*, in questa fase vengono spesso rilasciate consistenti espansioni, dette DLC (*DownLoadable Content*), che aggiungono al gioco nuovi livelli e mappe, nuovi personaggi, nuovi oggetti utilizzabili, sviluppandone ulteriormente l'arco narrativo[85] e implementando nuove funzionalità del gameplay. Il rilascio di DLC viene programmato fin dalle fasi di *pre-produzione*, e spesso il loro sviluppo viene affidato in outsourcing a piccole software house esterne.

1.1.5. L'industria videoludica come industria culturale

Dopo aver illustrato le principali pratiche produttive e di mercato dell'industria videoludica, discuteremo più nel dettaglio alcune problematiche (e relative strategie correttive) che, al pari di altre industrie culturali, la caratterizzano. Per un quadro generale, faremo riferimento soprattutto al più recente libro dell'accademica irlandese Aphra Kerr[86], *Global Games: Production, Circulation and Policy in the Networked Era* (2017), che aggiorna alla svolta della distribuzione digitale l'analisi politico–economica dell'industria videoludica intesa come industria culturale già proposta

---

[81] *Ivi,* minuti 2:24-3:35.

[82] Il racing automobilistico *Carmageddon* (Stainless Games, 1997), ispirato al film cult *Anno 2000: la corsa della morte* (Paul Bartel, 1975), tra le modalità di vittoria, oltre al vincere le gare o eliminare gli altri concorrenti, prevede l'investimento di tutti i pedoni presenti in un circuito. In molti Stati, compresi Germania e Regno Unito, tali pedoni sono stati sostituiti da zombi o robot al fine di permetterne la distribuzione, altrimenti negata (Davidson, Zachary, *A Look at Controversial Video Games*, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016, p.30).

[83] Emblematico l'esempio di *Fallout 3* (Bethesda, 2008), che non è stato possibile rilasciare in India a causa della presenza di mucche dalle due teste all'interno del gioco, impossibili da eliminare perché incorporate nella struttura del codice e fondamentali per il gameplay. (Edwards, Kate, *op.cit.*, 2012, minuti 17:12–18:25).

[84] Come nel caso di *Forza Motorsport 6* (Microsoft, 2015), racing dove sono presenti determinati modelli di automobili relativi particolari mercati nazionali (Kerr, Aphra. *op.cit.* 2017)

[85] Si veda *Bioshock: Infinite* (Irrational Games, 2013), il cui arco narrativo viene ampliato con il rilascio di due DLC, *BioShock Infinite: Burial at Sea - Part I* (2013) e *BioShock Infinite: Burial at Sea - Part II* (2014), sviluppati dagli stessi autori del gioco principale.

[86] Kerr, Aphra, *op.cit.*, 2017. [Edizione Kindle].

nel precedente *Business and Culture of Digital Games: Gamework/Gameplay* (2006). A partire dalle riflessioni sviluppate principalmente dagli studiosi Bernard Miège[87], Nicholas Garnham[88], Enrique Bustamante[89] e David Hesmondhalgh[90], Kerr prende in considerazione la struttura dell'industria e gli squilibri di potere all'interno delle compagnie, l'organizzazione della produzione, le esperienze dei lavoratori del settore, i testi/contenuti prodotti e la loro audience, nonché il ruolo di Stati, organizzazioni transnazionali e agenzie pubbliche come mediatori, regolatori e promotori delle produzioni culturali nel più ampio contesto della globalizzazione e tardo capitalismo[91].

Sviluppatori e publisher possono essere concettualizzati come creatori di contenuti/simboli e come parte delle industrie culturali. La struttura dell'industria videoludica condivide alcune caratteristiche fondanti con quelle di altre industrie culturali "tradizionali" (soprattutto cinema e musica), come l'alto rischio intrinseco alla produzione di contenuti culturali, gli elevati costi di produzione e i bassi costi di riproduzione, la natura di bene semi–pubblico dei prodotti culturali, le tensioni tra creatività e profitto, la costruzione artificiale della scarsità di beni sul mercato[92], nonché le strategie adottate per limitarne le problematiche conseguenti: è nell'estremizzazione di queste strategie, e nel loro conseguente rifiuto e ricerca di un'alternativa, che possiamo individuare le basi di quelle che saranno le prime e principali condizioni del concetto di sviluppo indipendente.

La ragione primaria dell'elevato rischio intrinseco nella produzione di contenuti culturali, ad esempio, è rintracciabile nei gusti dei consumatori, determinati da fattori soggettivi e irrazionali quali estetica e stile piuttosto che necessità e bisogno, e per questo altamente imprevedibili[93]. Questo si traduce nel fatto che solo un piccolo numero di prodotti culturali è in grado di generare profitto, e questo piccolo numero di *hits* deve coprire i costi di sviluppo di un largo numero di prodotti che falliscono nel creare utili[94]. Al fine di prevenire tale incertezza di mercato, le grandi corporazioni culturali sviluppano un vasto repertorio di prodotti e istituiscono varie formule per comunicare con chiarezza al pubblico che cosa può aspettarsi da un determinato prodotto. Un esempio sono i generi cinematografici, utilizzati per indicare all'audience quale tipo di esperienza

---

[87] Miège, Bernard, *The Capitalisation of Cultural Production*, International General, New York, 1989; Miège, Bernard, *Principal ongoing mutations of cultural and informational industries*, in Winseck, Dwayne, Dal Yong Jin (a cura di), *The Political Economies of Media*, Bloomsbury Academic, Londra, 2011.

[88] Garnham, Nicholas, *Emancipation, the Media and Modernity. Arguments about the Media and Social Theory*, Oxford University Press, New York, 2000.

[89] Bustamante, Enrique, *Cultural industries in a digital age: Some provisional conclusions*, in *Media, Culture and Society*, n.26, 2004, pp.803-820.

[90] Hesmondhalgh, David, *op.cit.*, 2013.

[91] Kerr, Aphra, *op.cit.*, 2017. [Edizione Kindle]

[92] *Ibid.*

[93] Kerr, Aphra, *op.cit.,* 2006, p.45.

[94] *Ibid*.

possa aspettarsi da un certo film. Allo stesso modo, i publisher tendono a commissionare o finanziare videogiochi che rientrano in particolari categorie e generi, reiterando il più a lungo possibile formule di comprovato successo commerciale, come gli FPS (*First-Person Shooter*), o il ricorso ad una grafica fotorealistica, convogliando risorse e attenzione soprattutto su questi aspetti. Un'altra strategia è quella dell'uso di licenze, che permettono lo sfruttamento di determinate proprietà intellettuali (principalmente sportive o legate a media come cinema e fumetto) su vari livelli: dalla semplice concessione di immagini per il packaging (soprattutto per i giochi sportivi) alla riproduzione di personaggi e voci originali nel gioco (se legati a licenze cinematografiche, come la saga dell'agente 007) fino alla produzione parallela con serie tv o film (è il caso di *Lost: Via Domus* (Ubisoft, 2008), distribuito al termine della terza stagione della celebre serie tv). L'uso di licenze non solo permette una maggiore prevedibilità delle vendite, andando a intercettare una base di pubblico trasversale e già consolidata, ma risulta anche in un forte risparmio nelle spese promozionali[95], già coperte in precedenza dai proprietari delle licenze: non è necessario investire nel pubblicizzare nuovi personaggi, quando se ne sfruttano di già noti come James Bond.

Un altro aspetto comune nelle industrie culturali riguarda gli elevati costi di produzione dei beni in confronto ai loro bassi costi di riproduzione. Al fine di recuperare tali costi di produzione, le industrie culturali hanno un forte incentivo nel massimizzare la propria audience e questo si traduce nell'espansione verso il mercato globale, nel tentativo di distribuire i propri prodotti su più piattaforme possibili e nel tentativo di controllare i canali distributivi[96]. Questo ha portato, per quanto riguarda l'industria videoludica, ad una forte tendenza verso l'integrazione verticale, orizzontale e diagonale, con la prima intesa come l'espansione «either forward into succeeding stages or backward into preceding stages in the supply chain[97]», la seconda che si verifica quando «two firms at the same stage in the supply chain or who are engaged in the same activity combine forces[98]», e la terza laddove «firms diversify into new business areas[99]». I publisher in particolare puntano all'acquisizione sia di software house che di compagnie distributive (integrazione verticale), operando su più piattaforme di gioco con accordi o acquisizioni di compagnie dedicate (integrazione orizzontale) e, in alcuni casi, in altri media (integrazione diagonale). Esempi sono EA e Microsoft e la loro lunga storia di acquisizioni di software house terze; nel 2008, le software house Activision e Blizzard vengono acquistate dalla Vivendi e accorpate in un'unica compagnia,

---

[95] Kline, Stephen, Dyer-Witheford, Nick, Peuter, Greig de, *Digital Play. The Interaction of Technology, Culture and Marketing*, McGill-Queen's University Press, Montreal, 2003.
[96] Kerr, Aphra, *op.cit.,* 2006, p.47.
[97] Doyle, Gillian, *Understanding Media Economics*, SAGE Publications Ltd, Londra, 2002.
[98] *Ibid.*
[99] *Ibid.*

Activision/Blizzard; Sony è presente anche nell'industria cinematografica e musicale con le sussidiarie *Sony Pictures* e *Sony Music*.

Infine, definire un prodotto culturale come bene pubblico significa sottolineare il fatto che questo non viene distrutto durante l'uso, ma può essere riutilizzato a fini di lucro da altri che potrebbero non averlo acquistato[100]. É un ovvio problema per i publisher, che si vedono ostacolati nel recupero degli investimenti impiegati dalla facilità di copia dei loro prodotti e delle idee alla loro base. Questo ha portato allo sviluppo di leggi e regolamenti sui diritti di proprietà intellettuale (IP), che solitamente vengono concessi in maniera monopolistica dagli sviluppatori ai publisher in cambio dei loro investimenti iniziali: ciò significa che i publisher diventano proprietari dell'IP, e possono disporne senza dover interpellare le software house che in realtà ne sono autrici (ad esempio, in caso di eventuali sequel, possono affidarne lo sviluppo ad altri studi a loro scelta).

Queste pratiche sono manifeste nella produzione di videogiochi detti tripla-A, la cui definizione, al pari di quella per gli indipendenti, è piuttosto confusa. Utilizzato a partire dagli anni Novanta, prima internamente all'industria e in seguito diventato pubblico, i giochi prodotti dai grandi publisher cominciano a essere identificati come "AAA", non un acronimo ma un codice per indicare «a high–quality game that is expected to be among the year's best-sellers[101]», sviluppato con le più performanti tecnologie disponibili, da team composti da decine se non centinaia di dipendenti, con budget di gran lunga più cospicui rispetto alla media e fortissimi investimenti nella *user acquisition*. La "A" fa riferimento al massimo voto nella scala di giudizio del sistema scolastico statunitense, mentre il significato del loro numero è incerto e mutevole. Per alcuni, indica tre branche del successo commerciale, che per quanto queste varino da commentatore a commentatore, ruotano intorno a concetti vaghi e soggettivi come qualità, innovazione e successo di mercato. Per altri, il numero di A è direttamente proporzionale al budget impiegato. Il game producer Al Nelson, rispondendo a una domanda su *Quora*, ricorda come

> «*in the early days, a publisher graded the games in their portfolio with simple a code. "A" titles were made by an in–house team, under direct control of an experienced producer, with high quality standards and often a new IP or sequel to a previous hit. The majors. [...] Marketers could see a list of games in progress and plan ad budgets.*

[100] Kerr, Aphra, *op.cit.,* 2006, p.45.
[101] Thomas, David, Orland, Kyle, Steinberg, Scott, *The Videogame Style Guide and Reference Manual*, Power Play Publishing, 2007.

As marketers often do, they began amplifying so the bigger of two "A" titles became "double A". The idea spread and eventually grew to include triple A[102]».

Anche tra gamers e appassionati vi è confusione. In un forum su IGN[103], un utente scrive che «the term AAA is used by gaming media to describe the developer/publisher relationship, not to indicate the quality of a game», mentre un altro afferma che «AAA is a budgetary term and not a mark of quality», per un terzo si tratta di «quality and budget», un quarto pensa che il termine abbia «more to do with the budget of the studio/dev/publisher than the budget of the game, and the retail price of it».

È chiaro come l'idea di tripla-A ruoti quasi esclusivamente intorno all'aspetto produttivo e commerciale di un videogioco, con "innovazione" e "qualità" lasciati a concetti trasversali adatti ad un utilizzo prettamente pubblicitario. Per Nadav Lipkin «defining "AAA" or "mainstream" depends on the contrast between whatever it is and whatever "indie" is[104]», sottolineando come lo sviluppo mainstream venga percepito come «corporate in nature and capitalist in ethos[105]», caratterizzato dall'enfasi su profitto e popolarità rispetto a creatività e talento artistico: vi è una diffusa accettazione del fatto che le condizioni economiche e programmatiche imposte da publisher o investitori non possano portare allo sviluppo di un gioco indipendente. Deuze e Martin scrivono che

«*despite a wide–ranging discourse of what independent actually means, a single unifying thread that is recognized throughout the industry is that an indie game cannot be created under the creative or financial control of one of these external entities*[106]».

Con la crescita esponenziale dei costi di produzione (nel 1992, il costo medio per un videogioco era di 200.000 dollari, nel 2005 si parla di cifre tra i 5 e 10 milioni[107], attualmente varia tra i 30 e i 50 milioni[108]), dovuti soprattutto alle dimensioni dei team impiegati e alla costante evoluzione tecnologica dell'hardware, e la conseguente necessità di vendere milioni di copie per raggiungere il break even, che si traduce in ingenti spese di marketing, i publisher si focalizzano su pochi, multimilionari progetti basati quasi esclusivamente su sequel di altri giochi di successo o licenze

---

[102] Nelson, Al, *What does "AAA" mean in AAA title game?*, Quora, 1 febbraio 2017. (https://www.quora.com/What-does-AAA-mean-in-AAA-title-game).
[103] IGN Forum, *How do you define a AAA game*, IGN, 28 gennaio 2014. (http://www.ign.com/boards/threads/how-do-you-define-a-aaa-game.453733857/#post-487860451).
[104] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, p.9.
[105] *Ibid*.
[106] Martin, Chase Bowen, Deuze, Mark, *The Independent Production of Culture: A Digital Games Case Study*, in *Games and Culture*, Vol. 4(3), giugno 2009, pp. 277-278.
[107] Costikyan, Greg, *Death to the Games Industry - Part I*, The Escapist.com, agosto 2005, p.1. (http://www.escapistmagazine.com/articles/view/video-games/issues/issue_8/50-Death-to-the-Games-Industry-Part-I).
[108] Koster, Raph, *op.cit.*, 17 gennaio 2018. (https://www.raphkoster.com/2018/01/17/the-cost-of-games/#more-31691).

sportive[109], cinematografiche, fumettistiche ecc., creando un'industria *hit–driven* dedicata al mercato di massa e abbandonando le nicchie e la sperimentazione: «We don't green light any more things that will be small or average size games. We push forward on things we imagine can be a top 10 title[110]», spiega al *Wall Street Journal* nel 2004 Kathy Vrabeck, allora presidente della sezione publishing della Activision. Questo perché, scrive Greg Costikyan nello *Scratchware Manifesto*,

> «*when millions are at stake, the publishers become terrified. Each executive knows that greenlighting something offbeat that fails will lose him his job. So they greenlight the same old crap, imitations of what's on the list this month, simply to cover their own quivering asses. No one will fire them for going with the tried and true. An industry that was once the most innovative and exciting artistic field on the planet has become a morass of drudgery and imitation*[111]».

A causa dei grandi budget in gioco, i publisher detengono la maggior parte dell'influenza creativa sui progetti, per quanto lontani dal suo effettivo sviluppo, come sottolinea la game developer Anna Anthropy, per la quale «publishers have installed themselves as gatekeepers to videogames publishing. To distribute and sell a game in the contemporary market requires their consent[112]». La necessità di impiegare centinaia se non migliaia[113] di sviluppatori per la produzione di un gioco tripla–A obbliga ad una eccessiva compartimentazione delle pratiche di lavoro, che rende "tecnica" la relazione tra sviluppatori e lavoro creativo, frustrando le aspettative artistiche e professionali dei singoli[114]: «a project that costs millions must have a development team to match; ten people, twenty, thirty, more. It must take years from project start to completion. It must involve so many talents, and so much labor, that no single creative vision can survive[115]», continua Costikyan.

Vi è infine un'ulteriore problematica che ha contribuito alla diffusione della nomea negativa nei confronti dei publisher, ovvero il cosiddetto *crunch time*, termine usato nell'industria per indicare l'ultimo periodo di sviluppo prima del rilascio di un titolo, solitamente della durata di qualche mese e contraddistinto da condizioni di lavoro straordinarie e intense. Durante lo sviluppo di *Daikatana*

---

[109] Ad esempio, nel 2017 è stata rilasciato *Madden NFL 18* (EA, 2017), 29° capitolo di una serie di simulazioni di football americano inaugura nel 1988 su piattaforma PC.

[110] Prince, Marcelo, Roth, Peter, *Videogame Publishers Place Big Bets on Big-Budget Games*, Wall Street Journal, 21 dicembre 2004. (https://www.wsj.com/articles/SB110243451698593254).

[111] Designer X [Costikyan, Greg], *op.cit.*, 5 settembre 2000.

[112] Anthropy, Anna, *Rise of the Videogame Zinesters: How Freaks, Normals, Amateurs, Artists, Dreamers, Drop-outs, Queers, Housewives, and People Like You Are Taking Back an Art Form*, Seven Stories Press, 2012. [Edizione Kindle]

[113] Ad esempio, *The Witcher 3* (CD Projekt, 2016) è stato sviluppato da un *core team* di 240 componenti in Polonia, che arriva a 1.500 includendo i vari studi operanti in outsourcing dislocati in altri Stati. Cfr. Kerr, Aphra, *op.cit*, 2017. [Edizione Kindle].

[114] Guevara-Villalobos, Orlando, *Cultures of independent game production: Examining the relationship between community and labour*, DiGRA 2011, p.4.

[115] Designer X [Costikyan, Greg], *op.cit.*, 5 settembre 2000.

(ION Storm, 2000), il progetto di John Romero dopo *Doom* e *Quake*, iniziato nel 1997, si segnalano casi come quello del programmatore allora ventinovenne Brian Eiserloh, rimasto in ufficio per 85 giorni su 90, dormendo qualche ora in sacco a pelo sotto la scrivania del suo cubicolo pur di portare a termine la mole di lavoro affidatagli e compiacere il suo idolo, Romero[116]. È del 2004 una delle più sentite denunce delle situazioni lavorative all'interno dell'industria tripla-A, *The Spouse Letter*[117], nella quale la moglie di un programmatore della EA[118] rivela le condizioni di *crunch time* ininterrotto cui è costretto. Se inizialmente «there were promises, there were assurances», presto vengono imposti nuovi orari di lavoro, sempre più serrati: «eight hours six days a week, [...] twelve hours six days a week, 9am to 10pm, [...] 9am to 10pm, seven days a week, with the occasional Saturday evening off for good behavior (at 6:30pm). This averages out to an eighty-five hour work week». Agli impiegati inoltre non venivano pagati gli straordinari, né era previsto «[a] compensation time [...], the equalization of time off for overtime – any hours spent during a crunch accrue into days off after the product has shipped», o permessi per malattia e vacanza. Inoltre, non vi erano certezze: «if they need to, they hire in a new batch, fresh and ready to hear more promises that will not be kept; EA's turnover rate in engineering is approximately 50%. This is how EA works».

Pur prendendo in considerazione solo il caso EA, *The Spouse Letter* rivela in realtà una metodologia diffusa, quasi strutturale, applicata dalla maggioranza dei grandi publisher nei confronti dei propri dipendenti durante gli anni Duemila. Il caso della software house di Nottingham Free Radical Design è in questo esemplare. Formata nel 1998 da alcuni ex dipendenti della Rare, David Doak, Stephen John Ellis, Karl Ivar Hilton e Graeme Norgate, dove si erano distinti per lo sviluppo di *007 - GoldenEye* (Rare, 1997) per Nintendo 64, esordisce nel 2000 con l'FPS *Time Splitters* su PS2, il cui successo porterà alla produzione di due sequel (*Time Splitters 2,* 2003; *Time Splitters: Future Perfect*, 2005). Fino al 2014, anno della chiusura ufficiale della software house, il team collabora con i maggiori publisher con difficoltà e incomprensioni crescenti: Ellis ricorda come Activision abbia deciso di cassare il progetto *Second Sight* «a day in November 2003 […]. They decided they didn't like UK development anymore, they didn't like external development anymore, and they didn't like developer-owned IP anymore. [...] On that day I think they canned ten projects and in the process put some companies out of business[119]»; EA interviene pesantemente sulle scelte estetiche di *Time Splitters: Future Perfect* («People were telling us, 'We don't like your cartoony styles, they

---

[116] Designer J1, *Phase Two: Know Your Enemy*, in A.A.V.V., *Scratchware Manifesto*, Home of the Underdogs, 5 settembre 2000. (http://www.homeoftheunderdogs.net/scratch.php).
[117] Hoffman, Erin, *EA: The Human Story*, blog post, 11 novembre 2004. (https://ea-spouse.livejournal.com/274.html).
[118] Inizialmente anonima, l'identità della "sposa" è stata rivelata nel 2006: si tratta della game designer Erin Hoffman.
[119] Questa e le seguenti dichiarazioni sono tratte da Stanton, Rich, *Free Radical vs. the Monsters*, Eurogamer, 4 maggio 2012. (https://www.eurogamer.net/articles/2012-05-04-free-radical-vs-the-monsters).

don't sell. Can you do something more serious for a shooter, something more military?'», ricorda Doak) e impone la creazione di un "forte personaggio principale" apparentemente più vendibile sul mercato statunitense («EA turned up with this stuff that was supposed to help us» continua Doak, «and it was just big boards with pictures of Vin Diesel on them. Wesley Snipes was on one in his *Blade* outfit»), senza mantenere tutte le condizioni di contratto («We had quite a frank conversation with EA», aggiunge Ellis, «where they told us they weren't going to bother trying to market [the game] very much. [...] It didn't match up with their original promises»); Ubisoft impone restrizioni contrastanti sul progetto *Haze* («[…] what I was hoping was we could make an anti-militaristic shooter, a kind of *Apocalypse Now*», spiega Doak, «but in terms of ambition it was crippled from the start, because we wanted to do this thing about the horrors of war, and Ubisoft were saying, 'Yeah go for it, something really horrific – but it's got to get a 15 rating'»); Norgate, infine, denuncia come LucasArts, durante lo sviluppo di *Star Wars: Battlefront 3*, iniziato nel 2008 e poi cancellato, «hadn't paid us for six months, and were refusing to pass a milestone so we would limp along until the money finally ran out». Doak si ritirerà dopo quest'ultima esperienza, a causa di un pesante crollo nervoso: «it was the most depressing and pointless thing that I have ever been involved in. The dream job which I once loved had become a nightmarish torture».

1.2. La produzione indipendente

L'eccessiva enfasi sulle tecnologie e sulle dispendiose grafiche fotorealistiche, la reiterazione di generi e formule basate su statistiche di mercato, la convinzione che solo prodotti "grandi" in termini di ambienti, meccaniche, contenuti e durata di gioco possano generare utili, la necessità di impiegare sempre più personale specializzato per la loro realizzazione in tempistiche sempre più ridotte, le condizioni lavorative spesso estreme, l'eccessiva compartimentalizzazione delle fasi produttive, gli squilibri di potere tra publisher e sviluppatori provocati da un'integrazione verticale votata al controllo totale degli IP, sono alcune delle principali cause che hanno portato alla formazione di una scena videoludica indipendente. Nelle prossime pagine, ne analizzeremo le principali caratteristiche produttive.

1.2.1. Gli sviluppatori indipendenti

Pur comprendendo approcci diversi, dall'hobbismo al professionalismo, la produzione indipendente si contraddistingue per un profondo entusiasmo allo sviluppo videoludico come campo creativo in antitesi alle pratiche attuate dall'industria tripla–A. Negli ultimi anni, lo sviluppo indipendente ha

assistito ad una crescita esplosiva sia nel numero di sviluppatori e giochi rilasciati che di utenza sul mercato. Al fine di identificare cosa caratterizza una produzione indipendente rispetto a una considerata mainstream, è necessario considerare il background che ha portato a questo boom.

Nella letteratura accademica, Hector Postigo è tra i primi nel 2003 a notare un aumento di produzione e popolarità nello sviluppo amatoriale, esemplificato nella pratica del *modding*, lo sviluppo di versioni modificate (*mod*) di videogiochi commerciali da parte di hobbisti e appassionati, detti *modder*[120]. Per quanto la pratica si possa far risalire all'era dei primi *home computer* (ad esempio nel fenomeno del *cracking*[121]), l'affermazione del *modding* è strettamente legata all'aumento delle potenzialità hardware dei PC e, soprattutto, della diffusione delle BBS prima e di Internet poi avvenuta durante gli anni Novanta. La possibilità di giocare in multiplayer tramite l'accesso ad un network porta alla proliferazione di gruppi di appassionati dedicati a vari videogiochi e alla creazione di siti web che accolgono forum di discussione e contenuti *fan–created*[122], come *artwork* ispirati al gioco e guide con consigli e "trucchi" di gameplay. Utilizzando la rete come canale distributivo, sui propri siti i *modders* permettono il download (solitamente) gratuito le loro opere, che variano da semplici riarrangiamenti estetici fino alle "Total Conversions" autonome rispetto al gioco originale[123].

Nonostante non manchino esempi precedenti di videogiochi contenenti *editor* o dedicati esplicitamente alla costruzione autonoma di mappe e livelli da parte dei giocatori[124], è largamente condiviso il fatto che *Doom* (id. Software, 1993) sia stato il primo videogioco concepito volutamente per agevolare il *modding* su vasta scala[125]. La scelta era dettata primariamente per motivi economici: il gioco precedente della id., *Wolfenstein 3D* (1992), era stato *craccato* da alcuni fan che ne avevano creato delle versioni con nuove grafiche e livelli, rinnovando l'interesse per il gioco e prolungandone la durata a scaffale. Se per i publisher e le grandi software house del periodo questa era una pratica da combattere poiché, a loro avviso, andava a infrangere le leggi del

[120] Postigo, Hector, *From Pong to Planet Quake: Post Industrial Transitions from Leisure to Work*, in *Information, Communication & Society*, Vol.6(4), 2003, p.596.
[121] I *cracker* superavano con un programma sviluppato ad hoc (*crack*) le protezioni anticopia dei videogiochi commerciali al fine di poterne modificare creativamente alcune parti, principalmente cut-scene introduttive e/o le schermate iniziali. Non sempre videogiochi ma piuttosto brevi filmati in computer graphic, tali modifiche erano chiamate *cracktos*, crasi di *crack* e *intros*, e avevano lo scopo di mostrare le abilità di programmazione del *cracker* ad altri *cracker*. Spesso però l'abilità di *craccare* un gioco era finalizzata alla copia e rivendita illegale del gioco stesso.
[122] Sotamaa, Olli, *On modder labour, commodification of play, and mod competitions*, in *First Monday*, Vol.12(9), 3 settembre 2007.
[123] *Ibid.*
[124] Si vedano ad esempio *Excitebike* (Nintendo, 1984), simulatore di guida di motocross che presentava una modalità chiamata *Design*, con la quale il giocatore poteva creare piste personalizzate, e *Pinball Construction Set* (EA, 1983), che permetteva di realizzare i propri flipper con elementi forniti dal gioco o aggiunti dall'utente.
[125] Sotamaa, Olli, *op.cit.*, 2007.

copyright[126], con *Doom* alla id. decisero invece di favorirla esplicitamente, rendendo il più accessibile possibile la libera sperimentazione agli utenti[127]. Ricorda Jay Wilbur, all'epoca direttore commerciale della id., come questa scelta «gives the game legs, so a game that might exhaust its time in the marketplace in six to 12 months might get an additional 12 or 18 months or more depending on how popular it is because users are creating more content[128]».

Il successo della formula adottata con *Doom* portò alla formazione di una *fan base* solida e fidelizzata[129], tuttora molto attiva[130], e convinse la id. a replicare la strategia con *Quake* (1996) e *Quake 2* (1997), spingendo anche l'industria mainstream ad inserire con sempre più frequenza editor nelle proprie produzioni[131], con forte enfasi sull'aspetto autoproduttivo dei contenuti nelle pubblicità. Per quanto qui le intenzioni fossero prettamente commerciali, è innegabile come anche questi spesso semplici e limitati strumenti abbiano incoraggiato la creazione di contenuti amatoriali, portando all'ulteriore formazione di comunità dedicate allo scambio di materiali, di opinioni, di guide pratiche allo sviluppo. proliferazione di centinaia di *mod groups* e alla produzione di migliaia di *mod*[132]. Come rilevano Martin e Deuze,

> *«with the increasing prevalence of digital distribution of free SDKs, the design of games with built-in level editors and other customization tools, and social networks becoming incorporated into games and game production itself, it is difficult to draw effective lines between what is production or consumption in gamework*[133]*».*

Possiamo individuare qui uno dei momenti fondanti di quell'etica dello *sharing* che diventerà caratteristica basilare dello sviluppo indipendente, come afferma Orlando Guevara-Villalobos, per il quale «within indie communities and networks, code sharing is a defining feature of game work. It fulfils different purposes, as it is both the product of the cultural ethos of the Web and a learning practice[134]». Ne consegue una progressiva auto–alfabetizzazione informatica collettiva, che porta in molti casi alla formazione di figure professionali altamente specializzate come programmatori, animatori, artisti 3D, ricercati dalle software house poiché ne abbattono i costi formazione del

[126] Donovan, Tristan, *op.cit.*, 2010, p.261.
[127] Sotamaa, Olli, *op.cit.*, 2007.
[128] Donovan, Tristan, *op.cit.*, 2010 p.261.
[129] Postigo, Hector, *op.cit.,* 2003, p.596.
[130] Si veda ad esempio *Brutal Doom v21* (Sergeant_Mark_IV, 2017), che introduce nel gioco originale nuove meccaniche come l'*head-shot*, nuove armi, nuovi livelli ed elaborate animazioni splatter per le uccisioni dei nemici.
[131] Graebsch, Roman, *op.cit.*, 2013, p.39.
[132] Per avere un'idea delle dimensioni del fenomeno, all'agosto 2018 nel solo portale *Mod DB* ne sono disponibili oltre 18.000 (https://www.moddb.com/mods).
[133] Martin, Chase Bowen, Deuze, Mark, *op.cit.,* 2009, p.291.
[134] Guevara-Villalobos, Orlando, *op.cit.*, 2011.

nuovo personale[135]. Wilbur commenta come *Doom* «gave users the opportunity to literally touch the tools that we used for the games we make, allowing them to turn themselves from amateur developer into a professional developer[136]», mentre per Postigo

> «*the predominance of "high–tech" production, the rise of the Internet, and the cultural capital associated with computerization all have contributed to the rise of hobbyist software developers that currently tinker with commercial video games and freely add to them increasing levels of sophistication*[137]».

Ai modders e agli hobbisti, si aggiungono presto sviluppatori professionisti esasperati e delusi dalle condizioni lavorative all'interno delle grandi software house, meccaniche e creativamente castranti. Sono numerosi gli esempi di sviluppatori professionisti che decidono di licenziarsi da un publisher per dedicarsi allo sviluppo indipendente. Coscienti di perdere una potenziale stabilità economica per imbracciare una carriera probabilmente precaria, guadagnano allo stesso tempo una serie di benefici non pecuniari, a partire dalla soddisfazione personale di potersi esprimere creativamente secondo i propri termini. Spesso tenuti in alta considerazione dagli altri sviluppatori così come dai giornalisti di settore e dai giocatori, molti sviluppatori indipendenti sperano così di ottenere, oltre alla gratificazione personale, anche fama e acclamazione critica.

Cliff Harris lascia Lionhead, lo studio fondato da Peter Molineux[138], nel 2006, dopo aver lavorato allo sviluppo di *The Movies* (2005) e deluso da promesse non mantenute, per dedicarsi a tempo pieno alla software house che aveva fondato nel 1997, Positech:

> «*I totally lost faith in the way big retail companies did things at that point. There were a lot of promises made during the last year I was there relating to promotions, future positions, bonuses etc., all to ensure I stayed on and helped get* The Movies *out the door. Once the game was finished it was clear none of this was going to happen, we argued, and I left*[139]».

---

[135] Kücklich, Julian, *Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry*, in Neilson, Brett, Rossiter, Ned (eds.), *Precarious Labour*, in *Fibre Culture Journal*, n.5, dicembre 2005. (http://journal.fibreculture.org/issue5/kucklich_print.html).

[136] Donovan, Tristan, *op.cit.*, 2010, pp.260-261.

[137] Postigo, Hector, *op.cit.*, 2003, p.594.

[138] Considerato tra i più importanti sviluppatori della storia videoludica, Molineux è autore di classici come *Populus* (Bullfrog, 1989), *Theme Park* (Bullfrog, 1994), *Dungeon Keeper* (Bullfrog, 1997), *Black & White* (Lionhead Studios, 2001) e la saga *Fable* (Lionhead Studios, dal 2004).

[139] GameProducer.net, *Interview with Positech Games Producer Cliff Harris: Kudos Game Production*, 2006. (http://www.gameproducer.net/2006/07/10/interview-with-positech-games-owner-cliff-harris-kudos-game-production/). Al luglio 2018, il link è scaduto. La citazione è ripresa da Martin, C.B., Deuze M., *op.cit.*, 2009, p.287.

Dipendenti della EA, Ron Carmel e Kyle Gabler, lasciano il loro lavoro nel 2006 e fondano la software house 2D Boys: nel 2008 pubblicano su Steam *World of Goo*, vincitore dei premi "Design Innovation" e "Technical Excellence" all'Independent Games Festival dello stesso anno[140]. Gabler ricorda:

> «*Before I worked at Electronic Arts, I imagined the halls would be filled with tricycles and rainbows, and everyone's office would be a ball pit and game development would be like magic shooting out of people's fingers. It wasn't exactly like that. It turns out humans make games by typing on keyboards and having meetings with Post-It notes and telephone calls and spreadsheets*[141]».

Frustrati dall'esperienza con l'industria tripla-A, Arnt Jensen e Dino Christian Patti nel 2006 lasciano i loro lavori e fondano la software house Playdead per sviluppare un progetto personale, *Limbo* (Playdead, 2010). Patti ricorda come:

> «*I was sick and tired of working hard, crunching a lot [...] I really didn't want to be in that business because I didn't think you would be able to do what you really wanted because of the constraints of the economy, finding talent, bad management...*[142]».

Il desiderio di potersi dedicare a progetti più personali e creativi, la sensazione di non avere possibilità di carriera all'interno della gerarchica organizzazione del lavoro delle grandi compagnie, l'insoddisfazione nel non vedere riconosciuti i propri sforzi, sono cause comuni della volontà di molti sviluppatori di abbracciare lo sviluppo indipendente, per quanto economicamente precario. Pedercini legge questa "migrazione" da una prospettiva socio-economica:

> «*I believe the indie gaming movement is yet another instance of a soft–rebellion of (mostly) skilled workers who realize to have an excess of creativity. That is a creativity that exceeds the ability of the capital to commodify it. These subjects are intentionally leaving massive corporate structures [and] look for forms of reward that are not exclusively monetary. Things like reputation, friendship, personal empowerment and so on*[143]».

Molti sviluppatori indipendenti sono però hobbisti, amatori, studenti, artisti senza alcuna esperienza pregressa nell'industria e con scarse conoscenze di programmazione, che si approcciano alla

---

[140] IGF News, *2008 IGF Awards topped by Crayon Physics Deluxe*, 20 febbraio 2008. (http://www.igf.com/article/2008-igf-awards-topped-crayon-physics-deluxe).
[141] Donovan, Tristan, *op.cit.*, 2010, p.358.
[142] Thomsen, Michael, *How Limbo Came To Life*, IGN, settembre 2010. (http://www.ign.com/articles/2010/09/14/how-limbo-came-to-life).
[143] Pedercini, Paolo, *op.cit.*, 2012.

produzione videoludica per soddisfare il proprio "eccesso di creatività" senza particolari mire economiche. Tarn Adams lascia il suo lavoro come professore di matematica per dedicarsi allo sviluppo, tra gli altri, di *Dwarf Fortress* (Bay 12 Games, 2002)[144]; Michael Lutz, autore di *The Uncle Who Works For Nintendo* (2014), si descrive su Patreon come «a writer, game designer, and cultural critic [...]. I'm a graduate student. I specialize in early modern English drama, which is like, Shakespeare and stuff [...]. I also teach[145]»; Thomas Grip, autore con Jens Nilsson di *Amnesia: The Dark Descent* (Frictional Games, 2010), ricorda come la loro software house Frictional Games «started out [...] when Jens started to help out with sound effects for hobby project I was working on[146]».

È infine evidente come, per quanto le motivazioni che spingano un hobbista o uno sviluppatore professionista a diventare indipendente siano varie, queste trovino radice comune nel desiderio di sviluppare giochi liberi da un qualsiasi controllo creativo che possa interferire con la sua realizzazione, a scapito spesso del ritorno economico.

1.2.2. Piccoli budget, piccoli team

Si sente spesso parlare di *bedroom coders* o *garage studio* in riferimento agli sviluppatori indipendenti. Siano essi utilizzati con fare dispregiativo o meno, tendono comunque a indicare una forma di sviluppo dal basso budget, senza troppe pretese, praticata in solitaria o quasi nella propria camera o in garage, un'attività più simile a un hobby che a un lavoro.

Lo sviluppo indipendente è caratterizzato da team dalle modeste dimensioni. Se il numero minimo di componenti è indiscutibile – uno sviluppatore –, sul numero massimo vi sono opinioni discordanti. Se Stern, ad esempio, parlando della situazione statunitense, indica "due dozzine[147]" come numero massimo, lo stesso non si può dire per la scena videoludica italiana dove, secondo i dati del più recente censimento stillato da AESVI[148] e dalle nostre rilevazioni, meno del 20% delle software house è composto da team superiori ai 15 elementi.

Il basso numero di componenti può certamente essere collegato alla scarsità di fondi, che non permetterebbe di assumere forza lavoro, ma risponde anche alle esigenze di libertà creativa e autorialità che muove molti degli sviluppatori indipendenti. Per Stern, «team size has an

---

[144] Martin, Chase Bowen, Deuze, Mark, *op.cit.,* 2009, p.289.
[145] Lutz, Michael, *Michael Lutz*, Patreon. (https://www.patreon.com/ztul).
[146] Graebsch, Roman, *op.cit.*, 2012, p.13.
[147] Stern, Craig, *What makes a game indie: a universal definition*, Sinister Design, 22 agosto 2012. (http://sinisterdesign.net/what-makes-a-game-indie-a-universal-definition/).
[148] AESVI, *Terzo censimento dei Game Developer italiani 2016*, 22 novembre 2016. (http://www.aesvi.it/cms/view.php?dir_pk=902&cms_pk=2711).

unavoidable impact on the way in which a game is developed[149]», e un team troppo grande comporta la riduzione non solo dell'apporto creativo e personale dello sviluppatore al gioco nel suo complesso, ma anche al deterioramento del rapporto con i fan che lo seguono: «the larger the team, the smaller a piece of the game any given team member is responsible for fashioning. The larger the team, the less authority each individual has to speak for the team, and the less capacity each member has to respond to feedback from the community[150]». Un piccolo team permette di mantenere nel gioco la visione personale di ognuno dei suoi realizzatori, di poter gestire con costanza le relazioni con la comunità, sempre più composta non solo da fan ma anche da "bakers" di campagne crowdfunding o possessori di versioni in Early Access. La scelta di lavorare con un team ristretto non è solo un effetto, ma anche una causa dell'operare con un basso budget[151].

Scarse risorse umane limitano anche obiettivi e possibilità del gioco, costringendo gli sviluppatori a concentrarsi su piccoli progetti dai pochi contenuti studiati nei minimi dettagli, siano essi una meccanica (il riavvolgere il tempo in *Braid*, uno stile artistico (le silhouette in bianco e nero di *Limbo*), una forma sperimentale di narrazione interattiva (i dialoghi personalizzabili in *Façade* (Procedural Arts, 2005)). Le limitazioni nel numero dei lavoratori scaturita dal rifiuto del controllo creativo dei finanziatori diviene, in ultimo, una delle caratteristiche fondanti dell'estetica indipendente.

Creare un gioco che in queste circostanze riesca a farsi notare richiede innovazione, creatività, ambizione e una chiara prospettiva. Nello *Scratchware Manifesto*, Costikyan indica le produzioni tripla-A come inadatte alla sperimentazione, perché «…it must involve so many talents, and so much labor, that no single creative vision can survive[152]». Al contrario, partendo sempre dalla visione creativa di un singolo o un piccolo gruppo di persone, i giochi indipendenti rispondono alle esigenze sperimentali degli sviluppatori. Per ogni gioco indipendente, ci sarà sempre qualcuno che ne parlerà come del *mio gioco*, che si presenterà come il *creatore/autore di*, dimostrando la stretta relazione creativa tra videogioco e sviluppatore propria delle produzioni indipendenti. Uno dei casi più noti riguarda Phil Fish, autore di *Fez* (2014), che nel documentario *Indie Game: The Movie* confessa che

> «*The game has become a bit of a reflection of me over time. [...] it's not just a game. I'm so closely attached to it. It's me. It's my Ego, my perception of myself. Is at risk. This is my identity:* Fez. *I'm the guy making* Fez. *That's about it. If that doesn't work out then*

[149] Stern, Craig, *op.cit.,* 2012.
[150] *Ibid.*
[151] Graebsch, Roman, *op.cit.*, 2012, pag.45.
[152] Designer X [Costikyan, Greg], *op.cit.*, 2000.

[...] I would kill myself. I would kill myself. That's my incentive to finish it. Because then I get to not kill myself[153]»

Conseguenza, è che lo sviluppatore/autore mette in gioco sé stesso, investendo il proprio tempo e i propri soldi in un progetto senza alcuna precauzione in caso di fallimento.

Qualsiasi sia il background di appartenenza, gli sviluppatori indipendenti condividono la passione nel considerare lo sviluppo come un canale creativo. Nella loro visione, i benefici ottenuti dalla devozione alla propria passione superano le problematiche relative alla stabilità finanziaria del non partecipare ai meccanismi dell'industria tripla-A. Lavorare nella grande industria, dati i budget milionari e la necessità di creare profitto, comporta con estrema probabilità il coinvolgimento in un gioco aderente a un genere ben stabilito e/o su un sequel o titolo legato a qualche franchise, rallentando se non fermando la corsa all'innovazione creativa. Per quanto la scena indipendente sia caratterizzata da più alti livelli di diversità rispetto all'uniformità tipica dei titoli tripla-A, si nota con Jahn-Sudmann che

«*the game industry is dominated by just a few globally operating publishers (a.o. EA, Sony, Vivendi Universal, Microsoft) who, despite the range of seemingly recurring genre, franchise, and license titles, supply commercial retailers so successfully that independent game developers and publishers can hardly participate in this profitable market*[154]».

Nel 2005, a cinque anni di distanza dalla pubblicazione dello *Scratchware Manifesto*, Costikyan ne aggiorna i contenuti: il termine *scratchware* viene messo da parte, essendo la parola "indipendente" alla ribalta nonché quella più aderente alla sua visione. Ciò che ancora mancava, nota Costikyan, era non solo un sistema distributivo alternativo a quello fisico, ma anche un'audience di riferimento.

«*What do we want? What would be ideal? A market that serves creative vision instead of suppressing it. An audience that prizes gameplay over glitz. A business that allows niche product to be commercially successful – not necessarily or even ideally on the same scale as the conventional market, but on a much more modest one: profitability with sales of a few tens of thousands of units, not millions*[155]».

Queste condizioni si concretizzeranno nella combinazione di due elementi: l'abbassamento dei costi di game engine professionali, permettendo a un numero sempre più elevato di appassionati di

[153] Pajot Lisanne, Swirsky, James, *Indie Game: The Movie*, 2012, minuti 37:40 - 40:20.
[154] Jahn-Sudmann, Andreas, *Innovation NOT Opposition: The Logic of Distinction of Independent Games*, in *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, Vol.2(1), 2008, p.6.
[155] Costikyan, Greg, *op.cit.*, 2005.

sviluppare i propri giochi, e di conseguenza aumentare la loro alfabetizzazione e cultura del medium, e l'affermazione della distribuzione digitale, grazie alle aumentate potenzialità di trasferimento dati della rete internet e dell'arrivo degli smartphone, che permettono una maggiore diffusione dei giochi.

1.2.3. Game Engines

Per *game engine* si intende qui «a framework for game development that helps deliver the core functionality that games have, providing the structure and tools that a game requires[156]», in altre parole, la struttura con cui e intorno alla quale viene costruito un gioco. Concepiti per semplificare i processi di sviluppo[157], riducendo progressivamente la necessità degli sviluppatori di possedere abilità programmatorie avanzate (per quanto queste siano comunque più che consigliate), i *game engine* vengono utilizzati per assemblare fisiche, intelligenza artificiale, asset grafici, effetti sonori, mappatura dei livelli che andranno a formare un videogioco, aspetti questi solitamente gestiti da *middleware*, software aggiuntivi dedicati all'implementazione di particolari funzionalità degli *engine*[158]. Creati da software house specializzate nello sviluppo e vendita di *game engine* e relativi *tool* piuttosto che nella produzione di giochi, cui ci si riferisce come *middleware providers*[159], i *middleware* principalmente si presentano sotto forma di API (*Application Programming Interface*) e SDK (*Software Development Kit*). Le prime sono «software interfaces that operating systems, libraries, and services provide so that you can take advantage of their particular features[160]» come DirectX e OpenGL per la gestione delle grafiche, e Havock per quella delle fisiche; le seconde, «collection of libraries, APIs, and tools that are made available for programming those same operating systems and services[161]». *Unreal Engine*, ad esempio, presenta un'API che consente agli sviluppatori di creare i loro giochi sia attraverso uno script chiamato *UnrealScript*[162], che

[156] Schuetz, Jordan, *Comparing Game Engines: Unity vs Unreal vs Corona vs GameMaker*, PubNub.com, 6 marzo 2018. (https://www.pubnub.com/blog/comparing-game-engines-unity-unreal-corona-gamemaker/).
[157] Wilmore, Julie, *Dissecting the Video Game Engine and a Brief History*, Michigan State University, 2010.
[158] Koirikivi, Rainer, *The architecture and evolution of computer game engines*, B.Sc Thesis, Department of Information Processing Sciences, University of Oulu, Finlandia, 12 marzo 2015.
[159] Ward, Jeff, *What is a Game Engine?*, Game Career Guide, 29 aprile 2008. (http://www.gamecareerguide.com/features/529/what_is_a_game_.php?page=2).
[160] *Ibid.*
[161] *Ibid.*
[162] Poi abbandonato a favore del più diffuso linguaggio C++ con la distribuzione dell'Unreal Engine 4 nel 2012. Cfr. Wawro, Alex, *For Tim Sweeney, advancing Epic means racing into AR and VR*, Gamasutra, 1 marzo 2017. (http://www.gamasutra.com/view/news/292573/For_Tim_Sweeney_advancing_Epic_means_racing_into_AR_and_VR.php).

utilizzando l'editor *UnrealEd* e gli asset grafici e sonori contenuti nelle librerie fornite con esso e con gli altri *tool*[163].

Attualmente, solo una piccola percentuale di software house utilizza *game engines* proprietari, creati appositamente per un videogioco: questa pratica consente da un lato una totale personalizzazione del prodotto, nonché di sfruttarne al meglio le caratteristiche fondanti; dall'altro, richiede personale dedicato, lunghi tempi di sviluppo e costanti aggiornamenti, risultando in ulteriori costi produttivi. Per questo motivo, è pratica comune per le software house utilizzare *game engine* su licenza, dai più professionali come *Unreal 4, CryEngine, Decima*, utilizzati soprattutto per le produzioni mainstream, a quelli più limitati nelle opzioni ma spesso ugualmente performanti, come *Unity, Source, GameMaker Studio*.

Durante gli anni 2000, i *game engine* più performanti erano utilizzati unicamente dalle grandi software house: le licenze per lo sfruttamento commerciale erano piuttosto consistenti e lontane dalla portata economica dei piccoli studi o dei singoli sviluppatori. *Unreal SDK*, ad esempio, era ottenibile gratuitamente tramite licenza non commerciale, fissando una soglia massima di eventuali guadagni annuali dalla vendita di giochi prodotti con l'engine di 50.000 dollari: superata la soglia, la licenza diventava commerciale ed era richiesto il versamento del 25% delle entrate (quindi un minimo di 12.500 dollari), rendendone sconsigliato l'uso ai piccoli studi[164]. Inoltre, al fine di ottenere i migliori risultati possibili, questi engine richiedevano solitamente team piuttosto numerosi, come afferma Stephen Lavelle[165] in un'intervista riportata da Guevara-Villalobos:

> «[…] *for bigger engines like the Unreal Engine, it is very obviously made for teams of people to work on. You can do stuff by yourself but I mean it is not really easy to shrink that in pipeline and take control of features. You need lots of people... it may be like 'I want to add a new monster to my game', ok I would ask the modeller to do a 3D mesh of the monster, he would pass that 3D mesh to somebody who was doing textures and normal mapping, and he would pass it to an animator, and then he would pass it to a coder, who will write all the scripts and stuff and pull it in*[166]».

I piccoli studi indipendenti, gli hobbisti, gli studenti privi di conoscenze programmatorie avanzate e/o di finanziamenti sufficienti a sviluppare e distribuire sul mercato i propri giochi, erano costretti a ripiegare su altri *game engine*, come *GameMaker Studio*, *RPG Maker*, *Adventure Game Studio*,

[163] Ward, Jeff, *op.cit.,* 2008.
[164] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, p.12.
[165] Prolifico sviluppatore indipendente di browser games, fondatore e *one-man-band* della software house Increpare Games (https://www.increpare.com/).
[166] Guevara-Villalobos, Orlando, *op.cit.,* 2011.

Scratch, *user friendly* e spesso potenti, con il "difetto" principale di non supportare le grafiche 3D richieste dai publisher e considerate dal grande pubblico. Disponibili in più tipologie di licenza, dal gratuito al versamento di piccole quote mensili o annuali, spesso concepiti come strumenti educativi per introdurre la programmazione nelle scuole, condividono un approccio il più possibile chiaro e immediato alla produzione videoludica, esemplificato nelle funzionalità *drag-and-drop*, e forniscono al loro interno *tool* per l'editing grafico e sonoro e vaste librerie di asset a cui attingere senza dover ricorrere necessariamente ad ulteriori software esterni, nonché sopperire all'eventuale scarsa abilità grafica dell'hobbista.

Indiscutibile è il loro ruolo nella formazione dell'odierna scena indipendente: tramite BBS prima e Internet poi, attorno a questi *game engine* si sono formate comunità di appassionati basate su collaborazione e scambio di informazioni e tutorial, rendendole importanti luoghi di alfabetizzazione e autoformazione, per quanto i giochi prodotti con questi *engine* raramente trovassero una distribuzione ufficiale, relegandoli alla fruizione tra i membri delle relative comunità (alcune fonti parlano di migliaia di giochi prodotti, ora andati praticamente tutti perduti[167]).

Questa situazione comincia a variare in favore dei piccoli studi con l'arrivo sul mercato di *Unity Game Engine.* La prima versione (1.0.0) viene rilasciata nel 2005 ad opera di tre programmatori danesi, David Helgason, Joachim Ante e Nicholas Francis, con lo scopo di democratizzare l'industria videoludica[168], creando un *game engine* che offrisse strumenti professionali 3D il più possibile economici a piccole software house e sviluppatori amatoriali. Ispirato all'interfaccia *drag-and-drop* del software di editing video *Final Cut* della Apple[169], e concepito come «the game engine's equivalent of Photoshop»[170], inizialmente *Unity* era disponibile solo per Mac OSX con due modelli di licenza: "Indie", al costo di 200 dollari con alcune funzionalità non accessibili e una soglia di guadagno massima di 100.000 dollari, superata la quale era necessario acquistare la licenza "Pro" a 1.500 dollari[171]. Con il rilascio della versione 2.5 nel 2009 viene aggiunto il supporto a Windows, Nintendo Wii e XBox 360, e rafforzato quello già presente per browser e iPhone, ma

167 Lipkin, Nadav, *op.cit.,* 2013, p.16.
168 Haas, John, *A History of the Unity Game Engine*, progetto di laurea, Worcester Polytechnic Institute, 2014, p.1.
169 Batchelor, James, *The Chaos of Democracy*, MCV, 7 luglio 2015. (https://www.mcvuk.com/development/the-chaos-of-democracy).
170 Freeman, Will, *Game Changers: Unity*, MCV, 16 settembre 2010. (https://www.mcvuk.com/development/game-changers-unity).
171 Rossignol, Jim, *Unity3D For Free*, Rock Paper Shotgun, 28 ottobre 2009. (https://www.rockpapershotgun.com/2009/10/28/unity3d-for-free/).

soprattutto la licenza "Indie" viene resa gratuita, lasciando sostanzialmente inalterata la versione "Pro"[172]. La scelta, commenta Helgason, è stata determinata dal fatto che

> «[...] Unity Indie *isn't generating a significant portion of our revenue, and we've always had this vision of democratizing our tools. We have over 13.000 customers using our product, so we figured, let's take* Indie *and just give it to everyone. Whether that becomes a cash flow positive or a cash flow negative – and some people will upgrade – is not really important. What's important is to get this in the hands of as many people as possible*[173]».

Il successo dell'iniziativa, spinto anche dalle successive versioni che portano *Unity* a coprire praticamente ogni piattaforma e a renderlo l'*engine* più diffuso e utilizzato al mondo[174], costringono, a partire dal una serie di annunci alla GDC 2014, Epic e CryTek a rivedere al ribasso le condizioni di licenza dei rispettivi *Unreal Engine* e *Cry Engine*. Attualmente, *Unreal* è gratuito, ma richiede un pagamento trismestrale pari al 5% delle eventuali entrate dai giochi con esso sviluppati, fatti salvi i primi 3.000 dollari di guadagno[175], mentre *CryEngine*, similmente, richiede il pagamento del 5% delle entrate dopo i primi 5.000 dollari su base annuale[176]. Anche *Unity* ha visto modificare le proprie licenze, proponendo dal 2017 tre modelli: "Personal", gratuito fino a un massimo di guadagni di 100.000 dollari annui, completo nelle sue funzionalità ma sprovvisto di supporto tecnico; "Plus", a 25 dollari al mese per un anno, prepagato (300 dollari), o 35 dollari al mese, con un aumento del supporto tecnico e del limite di guadagno annuale, fissato a 200.000 dollari; "Pro", a 125 dollari al mese, con totale supporto tecnico e nessun limite ai guadagni[177].

La progressiva democratizzazione di questi *game engine* ha permesso e permette anche a piccoli studi di creare videogiochi di qualità a prezzi relativamente bassi, ma è solo in combinazione con l'avvento della distribuzione digitale e degli smartphone che questi giochi, a differenza dei loro precedenti, sono riusciti ad oltrepassare le barriere delle comunità e trovare uno sbocco sul mercato.

---

[172] Remo, Chris, *In-Depth: Unity Launches Free Option, Announces Xbox 360 Support*, Gamasutra, 28 ottobre 2009. (http://www.gamasutra.com/php-bin/news_index.php?story=25840).
[173] *Ibid.*
[174] Unity, *Public Relations*. (https://unity3d.com/public-relations).
[175] Epic Games, *Unreal Engine FAQ*. (https://www.unrealengine.com/en-US/faq).
[176] CryTech, *CryEngine*, (https://www.cryengine.com/user/registration).
[177] Unity, *Unity Store*. (https://store.unity.com/).

1.2.4. Distribuzione digitale

La crescita e affermazione della distribuzione digitale è, a tutti gli effetti, uno dei maggiori momenti di svolta dell'industria videoludica globale. Presente fin dagli anni Ottanta, rimane secondaria rispetto alla distribuzione fisica a causa principalmente di forti limitazioni tecniche e strutturali. Il sistema BBS, antesignano di Internet, ed esempio, permetteva sì lo scambio di file e il gioco multiplayer online tramite l'uso di un modem collegato al PC e alla linea telefonica, ma la quantità di dati trasferibili era molto limitata, lenta e costosa, poiché legata a tariffe orarie stipulate dai privati con le compagnie telefoniche, e le modalità di accesso ridotte: era possibile raggiungere solo i contenuti presenti e gli utenti registrati di una singola BBS alla volta. Il modello di vendita shareware, che vede il suo breve momento di gloria nella prima metà degli anni Novanta grazie a pochi, rari successi come *Doom*, era comunque un sistema di distribuzione e vendita ibrido: tramite la rete era possibile scaricare gratuitamente una parte di gioco o software, ma per ottenere l'intero programma era necessario inviare via posta un assegno agli sviluppatori, che provvedevano a spedire poi una copia completa o rilasciare una password per il download dei contenuti inizialmente non accessibili. L'idea alla base dello shareware era di agevolare la diffusione di un gioco permettendo la libera copia e condivisione della sua parte gratuita, in modo da aumentare la base di utenza e le percentuali di chi, potenzialmente, potesse essere interessato all'acquisto del programma completo. Nella maggior parte dei casi, però, la fruizione delle sezioni gratuite era più che sufficiente, data la bassa qualità dei giochi presenti e l'elevata quantità dell'offerta: l'utente medio provava un po' di tutto, senza quasi mai acquistare nulla.

Con la diffusione di internet e la sua progressiva evoluzione in termini di velocità di connessione, trasferimento dati, riduzione dei costi, accesso globale e introduzione dei sistemi di pagamento online, si crearono le condizioni per la formazione di un sistema distributivo efficiente, capillare e remunerativo. Dapprima con la creazione di portali web che ospitassero piccoli giochi fruibili in brevi sessioni online tramite browser, come Newgrounds, Pogo o Kongregate, creati soprattutto da hobbisti e amatori con software gratuiti come Adobe Flash, i cui autori potevano essere retribuiti tramite la vendita di pubblicità interne ai giochi («There was a time when I made my living almost exclusively by creating Flash games for Newgrounds[178]», ricorda la sviluppatrice Anna Anthropy); in seguito, con l'apertura di store online come Desura (2009-2016), Steam (2003[179]) e GOG (2008), e di servizi dedicati esclusivi per le console, come XBox Live Arcade (2006) e PlayStation Network

[178] Anthropy, Anna, *op.cit.,* 2012. [Edizione Kindle].
[179] Creato dalla Valve a scopi di antipirateria, inizialmente era una piattaforma cui era necessario registrarsi per poter fruire dei soli giochi della Valve, come *Half-Life*, *Half-Life 2, Counter-Strike*, *Team Fortress*. Dal 2005, apre anche a videogiochi terzi, principalmente indipendenti: il primo è *Ragdoll Kung Fu* (Mark Healey, 2005).

(2007), e infine con l'introduzione sul mercato degli smartphone e dei loro app store, a partire dal 2008 con l'uscita dell'Apple iPhone.

L'affermazione della distribuzione digitale ha effettivamente permesso una diffusione potenzialmente remunerativa anche ai videogiochi indipendenti. Martin e Deuze sottolineano come

> «*platforms such as mobile phones, browser-based Internet sites, digital distribution networks on the major game consoles, and the market for handheld games all provide new opportunities for low-risk entry into game development. At the same time, the multiplication of avenues for (digital) game distribution lend themselves toward much smaller scale (or even individual), artist-driven type of authorship that resonates with the beginnings of game development, where production was dominated by hobbyist, fan, artist, and amateur mentalities*[180]».

In breve, numerosi sviluppatori si sono riuniti e hanno creato una professione attrattiva e accessibile, conosciuta come *indie game development*. Inoltre, non si è creata solo una comunità di sviluppatori, ma un intero mercato in grado di permettere agli hobbisti di evolvere verso forme professionali di sviluppo. Continuano Martin e Deuze:

> «*We can view the rise of indie development in part as the very product of an increasingly globally differentiated market, fueled by the rise and availability of cheap and easy-to-use development and distribution technologies. As indie games have moved to take advantage of these spaces, they are in turn proving the financial viability of these markets*[181]».

Per gli sviluppatori indipendenti, il ricorso alla distribuzione digitale piuttosto che a quella fisica è più una questione di necessità che di scelta, al punto da essere spesso intesa come caratteristica centrale del movimento[182]: l'abbattimento dei costi di manifattura, packaging e distribuzione fisica nei negozi porta anche al ridimensionamento e all'esclusione dalla *value chain* di distributori e rivenditori, permettendo agli sviluppatori di trattenere percentuali sulle vendite di gran lunga più alte rispetto al modello tradizionale. Se con la logica di mercato *publisher* la loro parte oscillava intorno al 15%, ora i principali portali distributivi come AppStore, Google Play e Steam propongono una ripartizione 70/30, con gli sviluppatori che trattengono il 70% degli incassi[183].

---

[180] Martin, Chase Bowen, Deuze, Mark, *op.cit.,* 2009, p.284.
[181] *Ivi*, p.292.
[182] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, p.11.
[183] Irwin, Mary Jane, *Indie Game Developers Rise Up*, Forbes, 20 novembre 2008. (http://www.forbes.com/2008/11/20/games-indie-developers-tech-ebiz-cx_mji_1120indiegames.html).

Anche le barriere di accesso al mercato vengono sensibilmente ridotte. Pubblicare un gioco sull'AppStore della Apple, ad esempio, comporta il pagamento di una tassa annuale pari a 99 dollari[184]; Google Play impone una *fee* una tantum di 25 dollari[185]; Steam, tramite il servizio *Steam Direct* attivo dal 2017, richiede 100 dollari per ogni gioco pubblicato, rimborsabile dopo i primi 1.000 dollari di guadagno[186] (in precedenza, la pubblicazione era gratuita se il gioco proposto, solitamente in forma di prototipo, otteneva un numero sufficiente di voti favorevoli dagli utenti della comunità Steam tramite il servizio *Steam Greenlight*); itch.io non richiede costi di pubblicazione e lascia libera scelta sulla percentuale dei ricavi da versare ai proprietari del portale (0% compreso)[187]. Per un confronto, nel 2008, mentre Steve Jobs presentava il primo iPhone e la modalità di accesso all'AppStore per 99 dollari, Nintendo ne chiedeva 2.500 per il noleggio del devkit necessario allo sviluppo di giochi per la sua console portatile Nintendo DS[188].

La distribuzione digitale permette inoltre di raggiungere in tempo reale un numero elevatissimo di potenziali clienti in tutto il mondo. Il ruolo stesso degli utenti viene incrementato, coinvolgendoli in una sempre maggior varietà di pratiche produttive pre e post *release*, e riducendo la lontananza tra sviluppatori e giocatori propria della distribuzione fisica. Una pratica recente è l'Early Access, ovvero la pubblicazione a pagamento di un gioco dichiaratamente non completo, di solito in fase Beta, dove gli utenti paganti possono partecipare alle fasi finali di sviluppo non solo con il rilascio di feedback, ma alle volte anche con la creazione e la modifica di determinati contenuti. In questo senso, l'esempio più celebre è *Minecraft* (Mojang, 2011). Pubblicato inizialmente in versione Alpha sul forum TIGSource il 17 maggio 2009[189], in seguito alle attenzioni ricevute viene messo in vendita ancora incompleto dal suo sviluppatore Marcus "Notch" Persson: chiunque avesse comprato il gioco ancora in fase di sviluppo aveva diritto a uno sconto e l'accesso gratuito a tutti i nuovi aggiornamenti. Con il passaggio alla fase Beta, il prezzo sarebbe salito da 15 a 20 dollari, mentre la versione finale sarebbe costata 26 dollari[190]. *Minecraft*, nella sua forma definitiva, viene pubblicato nel 2011, proponendo diverse modifiche e aggiunte suggerite dai giocatori delle versioni alpha e beta. La più importante è l'implementazione della *Modalità Creativa*, alternativa a quella classica, che fornisce ai giocatori materiali illimitati e un ambiente privo di nemici e pericoli, allo scopo di permettere la massima libertà nella creazione di edifici e congegni: diventerà la modalità

---

[184] Apple Support, *Purchase and Activation*, 2018. (https://developer.apple.com/support/purchase-activation/)
[185] Google, *How to use the Play Console*, 2018. (https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/6112435?hl=en).
[186] Steam, *Steam Direct*, 2018. (https://partner.steamgames.com/steamdirect).
[187] Corcoran, Leaf, *Running an Indie Game Store 2015*, itch.io blog, 25 luglio 2015. (https://itch.io/blog/2/running-an-indie-game-store-2015).
[188] O'Donnell, Casey, *op.cit.*, 2014. [Edizione Kindle]
[189] Goldberg, Daniel, Larsson, Linus, *Minecraft: la storia di Markus "Notch" e del gioco che ha cambiato tutto*, Multiplayer Edizioni, 2015. Prima edizione originale 2012. [Edizione Kindle].
[190] Goldberg, Daniel, Larsson, Linus, *op.cit.*, 2015. [Edizione Kindle].

più apprezzata di *Minecraft*, nonché quella che, grazie ai contenuti creati e diffusi in rete dai suoi utenti, aumenterà l'interesse nei confronti del gioco, attirando nuovi giocatori[191]. Al 2018, *Minecraft* è il secondo videogioco più venduto di sempre, superato solo da *Tetris* (Alexey Pajitnov, 1984), con oltre 144 milioni di copie distribuite su ogni piattaforma e 74 milioni di giocatori attivi al mese[192].

La produzione di contenuti *fan created* è un secondo esempio di intervento degli utenti, i quali, agevolati da editor interni ai giochi e concepiti alla bisogna, creano e diffondono gratuitamente nuovi livelli, mappe, scenari, oggetti ecc., utilizzabili da altri giocatori per personalizzare e prolungare le proprie esperienze ludiche. Identificabile principalmente nella pratica del *modding* (da *modification*), permette sia l'allungamento della vita di un gioco, rilanciandone l'interesse con nuovi contenuti "a costo zero" per gli sviluppatori, che una prima alfabetizzazione informatica di base per hobbisti e amatori. Alcuni store offrono agli sviluppatori anche servizi dedicati all'implementazione all'interno dei giochi di editor che facilitino sia la produzione di contenuti aggiuntivi che la loro condivisione. Tra questi, il principale è Steam Workshop, disponibile tramite Steam, è rivolto agli sviluppatori e «designed as a place for your fans and community members to participate in the creation of content for your game[193]», fornendo un API dedicata gratuita e di facile utilizzo, accessibile tramite il menu principaledi ogni singolo gioco. Le mod e i contenuti creati tramite Steam Workshop sono poi raccolti in una pagina dedicata sullo store, al fine di agevolarne la ricerca per gli utenti. Alcune mod possono essere a pagamento, in caso di modifiche sostanziali del gioco di origine, ma la quasi totalità è gratuita.

Sempre più giochi vengono concepiti fin dalle loro fasi di preproduzione con una forte propensione al *modding*, in alcuni casi anche per particolari finalità. *Riot - Civil Unrest* (IV Produzioni/Leonard Melchiari, 2017), attualmente disponibile in Early Access su Steam, è un RTS (*Real Time Strategy*) che simula, a partire da immagini, video, articoli giornalistici e racconti di testimoni, alcuni dei più recenti e controversi scontri tra manifestanti e forze dell'ordine avvenuti in più parti del mondo, dalle proteste No Tav in Val di Susa agli avvenimenti di Piazza Tahrir in Egitto durante la Primavera Araba. L'editor interno è concepito non solo per le varie ragioni esposte in precedenza, ma incita esplicitamente i giocatori che sono stati testimoni di scontri e tumulti urbani a ricreare le esperienze vissute. Nelle intenzioni degli sviluppatori, il *modding* diventa una forma sperimentale di

---

[191] *Ibid.*

[192] Horti, Samuel, *Minecraft had 74 million active players in December, a new record for the game*, PCGamer, 21 gennaio 2018. (https://www.pcgamer.com/minecraft-had-74-million-active-players-in-december-a-new-record-for-the-game/).

[193] SteamWorks, *Steam Workshop*, 2018. (https://partner.steamgames.com/doc/features/workshop).

giornalismo, uno strumento per documentare in maniera alternativa e mantenere viva la memoria di avvenimenti per lo più poco o temporaneamente coperti dal giornalismo tradizionale.

1.2.4.1. Problematiche della distribuzione digitale

La distribuzione digitale introduce allo stesso tempo delle limitazioni che rivestono un ruolo decisivo «in shaping the structure and identity of indie game development[194]», incidendone profondamente non solo sugli aspetti produttivi ed economici ma anche tecnologici, estetici e culturali.

Innanzitutto, al fine di facilitarne il download e la fruizione su piattaforme non dedicate e meno potenti in termini di hardware e memoria, come gli smartphone, i giochi distribuiti digitalmente sono di gran lunga più "leggeri" rispetto ai tripla-A, che possono contare su ampi spazi di memoria a disposizione sui supporti fisici come DVD e BluRay. Questa condizione ha ripercussioni sulle scelte estetiche: grafiche fotorealistiche richiedono molto spazio di memoria, portando a preferirne di astratte e stilizzate. Per quanto in tempi recenti l'evoluzione delle tecnologie di trasferimento e connessione permetta download rapidi di elevate quantità di dati, si preferisce ugualmente limitare i giochi destinati alla distribuzione digitale a poche centinaia di Mb o pochi Gb.

Una seconda limitazione è data dalle condizioni di pubblicazione dei contenuti imposte dei proprietari dei portali distributivi. Il servizio Xbox Live Indie Games, attivo dal 2008 al 2014 esclusivamente per Xbox 360, è stato alla base dei primi grandi successi commerciali della scena indipendente, rilasciando titoli come *Braid* (Johnatan Blow, 2008), *World of Goo* (2DBoys, 2008), *Castle Crashers* (The Behemoth, 2008), che attireranno l'attenzione della stampa e daranno il via alla moda *indie*. Ciononostante, per pubblicare i propri giochi era necessario rispettare una serie di regole: il pagamento di una tassa annuale; l'obbligo di sviluppare unicamente con il software dedicato Microsoft XNA; non superare i 500 MB di peso; impostare un prezzo di vendita compreso tra 1 e 10 dollari (di cui il 30% viene trattenuto da Microsoft); superare più valutazioni su contenuti e funzionalità prima del rilascio[195]. Lo stesso Jonathan Blow, autore di *Braid*, ammette in un'intervista di non essersi trovato a proprio agio con queste limitazioni:

> *«The problem is that it's a certification process that came from triple-A games. [...] I believe that [...] the vast majority of those requirements are unnecessary and in fact are for things that realistically, no user would ever care about, or most people wouldn't*

[194] Martin, Chase Bowen, Deuze, Mark, *op.cit.,* 2009, p.280.
[195] Hawkins, Dax, *Sponsored Feature: Xbox Live Community games*, Gamasutra, 5 novembre 2008. (http://www.gamasutra.com/view/feature/3840/sponsored_feature_xbox_live_.php).

care about. I've put in a tremendous amount of work meeting these requirements, when I could've put that work into the actual game and made it a little more polished and better. So I feel that Microsoft feels that this certification process is to ensure that the games are high quality, but I feel like it actually decreases the quality of games, because people spend so much of their energy on these things that users don't even really care about[196]*».*

Per quanto di gran lunga meno invasivi di quelli per console, anche i maggiori portali mobile impongono codici etici che permettono, su insindacabile giudizio dei proprietari, la rimozione di un gioco considerato, ad esempio, offensivo o pornografico. Un esempio è la rimozione il 19 febbraio 2010 di più di 5.000 app dall'Apple AppStore, considerate sessualmente troppo esplicite e senza alcuna comunicazione preventiva ai loro autori. Non vennero rimossi solo giochi, ma anche applicazioni commerciali come quella del rivenditore di costumi da bagno Simply Beach, probabilmente a causa di immagini di modelle che indossavano i bikini in vendita (paradossalmente, l'app di Playboy dedicata alla vendita della propria linea di bikini, che presentava immagini simili a quella di Simply Beach, non venne rimossa)[197]. Il problema può essere indicato nelle regole poco chiare espresse nei contratti di pubblicazione. Rimanendo in ambito Apple, una delle linee guida per la pubblicazione su AppStore recita:

«We strongly support all points of view being represented on the AppStore, as long as the apps are respectful to users with differing opinions and the quality of the app experience is great. We will reject apps for any content or behavior that we believe is over the line. What line, you ask? Well, as a Supreme Court Justice once said, "I'll know it when I see it". And we think that you will also know it when you cross it[198]*».*

Non vengono specificati ulteriori dettagli, rendendo opinabile ogni giudizio e aumentando la possibilità di "sviste" discutibili, come dimostrano alcuni casi recenti. Il 28 giugno 2018, mentre in Italia si dibatte sulla linea dura intrapresa dal Ministro degli Interni Matteo Salvini nei confronti dei frequenti sbarchi di immigrati africani sulle coste italiane, sull'AppStore compare *Ruspadana*, endless runner free-to-play sviluppato da tre ragazzi (Matteo Barni, Giampiero Salemme e Marco Romano) dove al giocatore, guidando una ruspa[199], è chiesto di investire degli omini stilizzati neri

---

[196] Parkin, Simon, *Jonathan Blow: The Path to Braid*, Gamasutra, 12 settembre 2008. (http://www.gamasutra.com/view/feature/132180/jonathan_blow_the_path_to_braid.php?page=6).
[197] Grannell, Craig, *Apple's Stance on 'Adult' Apps Is Indefensible*, TechRadar, 23 febbraio 2010. (https://www.techradar.com/news/phone-and-communications/mobile-phones/apple-s-stance-on-adult-apps-is-indefensible-672642).
[198] Apple, *App Store Review Guidelines*, 2018. (https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines/).
[199] Il riferimento è qui a uno degli slogan più ripetuti da Salvini, basato sulla proposta provocatoria di "spianare con una ruspa i campi rom" e in seguito declinato anche in altri contesti. Si veda ad esempio: Ruccia, Gisella, *Matteo Salvini:*

vestiti di stracci. In seguito alla segnalazione via Twitter del musicista Frankie Hi-Nrg[200], il gioco è stato rimosso il giorno seguente la sua pubblicazione. Dalla semplice visione della pagina dell'AppStore relativa al gioco, archiviata sul sito Archive.today[201], e di alcuni video di gameplay condivisi su Youtube[202], *Ruspadana* risulta evidentemente sciatto come qualità e accusabile di razzismo spicciolo, del tutto estraneo ai parametri delle linee guida della Apple. É necessario, d'altro canto, tenere in considerazione l'elevato numero di app pubblicate ogni giorno sull'AppStore, e l'effettiva alta probabilità di sviste in fase di controllo che comporta: l'immediata risposta della Apple, con la rimozione del gioco dopo le prime proteste, sembrerebbe avvalorare questa tesi, per quanto, ovviamente, non esaurisca il problema.

Anche sulla piattaforma PC, la più "libera" ed eterogenea a livello contenutistico, si riscontrano limitazioni e problematiche, non tanto per le tematiche trattate – Steam ha recentemente aperto ai giochi pornografici[203] –, piuttosto per la gestione degli aspetti promozionali dei titoli distribuiti dai vari store. Steam ad esempio è «detto fuori dai denti, un male necessario», commenta Saul Clemente della software house italiana Virtview, che continua:

> *«non puoi non essere su Steam, però Steam è un cancro terrificante. È molto limitante, non puoi fare tutto quello che servirebbe fare per spingere un gioco con mezzi tuoi, hai margini d'intervento sul come impostare la pagina, su come caricare il gioco, su come distribuire il gioco ma con le regole che dicono loro. Tante cose non sono documentate, quando ti viene un dubbio vai a chiedere e più spesso è un no che un sì, "non si può fare così perché non è previsto", rispondono[204]».*

Le problematiche sono principalmente nel sistema di promozione. Continua Clemente:

> *«Steam fa pubblicità su Steam. Sempre autoreferenziale, funziona eventualmente se sei molto visibile, se entri nelle weekly deal, vai sulla pagina Facebook, su Twitter, però sempre nell'ambito di Steam. É un po' un cane che si morde la coda, che per certi versi è un bene, quando cominci a ingranare, ma è un male finché non ingrani, perché più sei*

"Raderei al suolo e spianerei con una ruspa tutti i campi rom", IlFattoQuotidiano.it, 8 aprile 2015. (https://www.ilfattoquotidiano.it/2015/04/08/lega-salvini-raderei-al-suolo-e-spianerei-con-ruspa-tutti-campi-rom/357505/)

[200] Nome d'arte di Francesco Di Gesù. Il tweet è del 29 giugno 2018, e recita: "Caro @AppStore sei d'accordo con me che un giochino prescolare in cui ammazzi immigrati con una ruspa sia #lammerda? Che ne dici di ritirarlo e bannare gli autori da future produzioni? E magari stare più attenti a cosa pubblicate?"

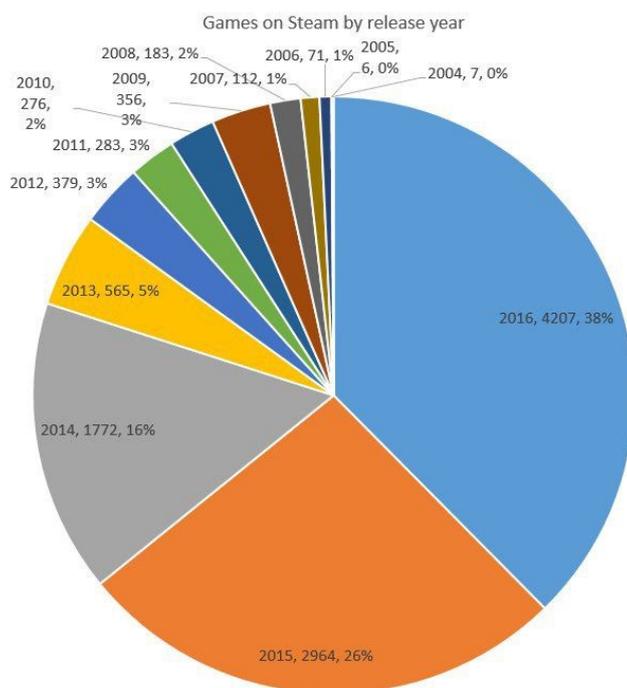
[201] Database che consente a chiunque di creare una copia di una qualsiasi pagina web, con fini di preservazione. La pagina AppStore di *Ruspadana* è stata archiaviata al link http://archive.is/84Aav.

[202] Ad esempio, al link https://www.youtube.com/watch?v=tIDjoW-mDT0.

[203] Wilde, Tyler, *Steam's first uncensored adult game has been approved*, PCGamer.com, 11 settembre 2018. (https://www.pcgamer.com/steams-first-uncensored-adult-game-has-been-approved/).

[204] Clemente, Saul, comunicazione privata, gennaio 2018.

visibile più diventi visibile, più vendi più diventi visibile, però è anche vero che se non sei visibile non vendi[205]».

Visibilità che diventa fondamentale, in un mercato ormai saturo. Secondo Steam Spy, il più autorevolevole analista dedicato allo store della Valve, nel 2017 sono stati rilasciati 7.672 giochi, una media di 21 al giorno[206], che incrementa il trend iniziato nel 2014: da allora, è stato rilasciato il circa il 70% dei giochi presenti su Steam, come indica il grafico sottostante:

Inizialmente, pubblicare un gioco su Steam non era semplice, ad entrare nello store erano soprattutto titoli premiati nei maggiori festival, o con alle spalle il supporto di publisher, per quanto questi venissero intesi più come garanti della professionalità degli sviluppatori, che come effettivi produttori di un gioco. Pietro Righi Riva, cofondatore della software house romana Santa Ragione, ricorda in un talk tenuto allo Svilupparty 2018 come il loro *MirrorMoon EP* (2013) sia stato ammesso su Steam solo in seguito alla nomination per il "Nuovo Award" all'Independent Games Festival 2013, di come l'invito fosse rivolto al solo *Mirror Moon EP* e non agli altri giochi della software house, e di come solo altri quattro titoli fossero stati rilasciati sullo store nel suo stesso giorno di pubblicazione[207]. Per quanto l'accesso a Steam fosse elitario e selettivo, Righi Riva ricorda comunque quel periodo con nostalgia: alla fine del 2013 viene introdotto il servizio *Steam*

[205] Clemente, Saul, Comunicazione privata, gennaio 2018.
[206] Kuchera, Ben, *Report: 7,672 games were released on Steam in 2017*, Polygon, 10 gennaio 2018. (https://www.polygon.com/2018/1/10/16873446/steam-release-dates-2017).
[207] Associazione IPID, *Pietro Righi Riva, Santa Ragione*, Svilupparty 2018 Beta, talk, 18 maggio 2018. Video al link: https://www.youtube.com/watch?v=rlieGRtr-QM.

Greenlight, che vedrà il suo compimento durante il 2014 e che consiste nell'accettazione sulla piattaforma di un gioco, in qualsiasi stato di sviluppo si trovi, se votato da un numero sufficiente di utenti, senza costi aggiuntivi per gli sviluppatori. Questo servizio, idealmente democratico – vengono distribuiti i giochi votati dagli utenti, e non quelli scelti dai publisher – ha portato in breve alla pubblicazione di un numero elevato di prodotti scadenti o non completi, abbassando drasticamente la qualità media generale delle proposte e portando alla saturazione della piattaforma. Inoltre, ha in parte favorito la rivalutazione della figura del publisher, il cui contributo, ridimensionato nei primi anni Dieci con l'affermazione della distribuzione digitale, viene nuovamente richiesto non tanto come supporto finanziario allo sviluppo, ma piuttosto come aiuto nelle fasi di marketing, fondamentali per emergere in un simile contesto. Alan Zucconi, sviluppatore freelance italiano attivo a Londra, descrive questa situazione in un'intervista del 2014, all'uscita del suo gioco *0rbitalis*, sviluppato con il supporto del publisher Mastertronic:

> *«essere uno sviluppatore indipendente è molto bello ma richiede un sacco di tempo e di competenze che non mi appartengono necessariamente. Il marketing, per esempio, è un settore di cui non mi occupo molto volentieri. Un altro aspetto importante è stata la possibilità di avere il gioco su Steam. Molti sviluppatori scelgono la strada di Greenlight, ma si tratta di un percorso che non condivido pienamente. Greenlight premia i giochi che sono più popolari, spesso a discapito di prodotti estremamente promettenti ma sviluppati da developer che sono lontani dall'essere famosi. Credo che questo meccanismo sia esattamente l'opposto di quello di cui il mondo indie ha bisogno. Non altri giochi che piacciono alle masse, ma la possibilità per chi ha un'idea innovativa di mostrare il suo gioco ad un pubblico più ampio. D'altronde, è così che sono nati giochi come* Minecraft[208]*».*

Steam Greenlight è stato chiuso nel 2017 e sostituito dal servizio *Steam Direct*, che impone una minima tassa di iscrizione agli sviluppatori (100 euro per titolo proposto, rimborsabile dopo i primi 1000 euro di guadagno) e l'accettazione preventiva dei contenuti da parte dei curatori della piattaforma: un tentativo di coniugare l'ingestibile libertà permessa da *Greenlight* e l'esclusività della formula precedente. Questo sistema, a un anno di distanza dalla sua attivazione, non sembra portare i risultati attesi: le statistiche riportate da ICOPartners, relative al periodo ottobre-dicembre

[208] Mazzega, Alessandro, *Hands on 0rbitalis*, EveryEye.it, 20 aprile 2014. (https://www.everyeye.it/articoli/hands-on-0rbitalis-22252.html).

2018, indicano un aumento dei titoli pubblicati su Steam rispetto all'anno precedente, con una media di circa 200 nuove uscite settimanali[209].

1.2.5. Crowdfunding

Infine, la diffusione della rete e la possibilità di pagamenti online ha portato alla creazione di sistemi di finanziamento alternativo come il crowdfunding. Con questo termine si intende, nella definizione data da Ethan Mollick, «the efforts by entrepreneurial individuals and groups – cultural, social, and for-profit – to fund their ventures by drawing on relatively small contributions from a relatively large number of individuals using the internet, without standard financial intermediaries[210]». Tramite le piattaforme di crowfunding come Kickstarter, IndieGogo, Fig, è possibile ottenere quote monetarie presentando un proprio progetto ad una platea mondiale di potenziali investitori principalmente privati, detti *bakers* o *funders*, che donano quantità variabili di denaro al fine di permettere la creazione e ottenere il prodotto proposto. La raccolta delle donazioni avviene in determinati periodi di tempo – da pochi giorni a qualche mese – e il successo o meno della campagna è legato al raggiungimento di una cifra prestabilita coerentemente con i costi di sviluppo preventivati. Entrambi questi parametri vengono decisi dai promotori delle campagne, detti *creators* o *founders*. Qualora la cifra venga raggiunta entro la scadenza del periodo indicato, i *creators* ottengono il denaro raccolto meno una percentuale trattenuta dai proprietari della piattaforma, e stabilita secondo le leggi dei singoli Stati in cui queste sono attive. Per Kickstarter, ad esempio, la percentuale imposta per il contesto italiano è del 5%[211], ma la cifra è sostanzialmente identica per tutte le principali piattaforme, e varia minimamente tra Stato e Stato.

Nel settore videoludico, a ricorrere al crowdfunding sono per lo più piccole software house e singoli sviluppatori, che vedono in tale pratica soprattutto un metodo di finanziamento alternativo rispetto all'assoggettazione ai publisher. Per Nadav Lipkin, «funding a game through a site like Kickstarter directly emphasizes the production process, it reconnects games to production politics through a space that, at least thus far, is impervious to mainstream co-optation; no one would give Activision money to fund a game given its outstanding resources, but independence's primary problem serves here as an advantage[212]». In tale contesto, il *baker*/giocatore «get to influence what games get made,

---

[209] ICOPartners, *Steam Newsletter*, 2018. I dati qui citati sono visibili tramite iscrizione gratuita alla newsletter al link http://icopartners.com/steam-newsletter/.
[210] Mollick, Ethan, *The dynamics of crowdfunding: An exploratory study*, in *Journal of Business Venturing*, n.29, 2014, p.2.
[211] Kickstarter, *Fees for Italy*, 2018. (https://www.kickstarter.com/help/fees?country=IT).
[212] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, pp.20-21.

and support their favourite developers directly[213]», diventando protagonisti di «una prassi produttiva che all'apparenza diviene maggiormente dialettica e *bottom-up*, libera da publisher spesso reputati uniformanti nelle proposte o scomodi intermediari[214]». In linea generale, chi finanzia un gioco su una piattaforma di crowdfunding solitamente condivide le idee e le intenzioni del suo promotore: in caso contrario, non avrebbe fatto alcuna donazione. David Braben[215], riguardo alla fortunata campagna Kickstarter atta a finanziare *Elite: Dangerous* (2014), terzo capitolo della saga fantascientifica *Elite*, commenta come

> «*the beauty of sites like* [Kickstarter] *is that they create a community of people who are aligned in what they want to create, so automatically you've addressed one of the issues you'd face by going to a traditional publisher. They all want to make a game like this, and unlike a publisher they won't be blown by the wind of change*[216]*».*

Il crowdfunding, infine, viene spesso utilizzato per scopi pubblicitari, creando interesse per un nuovo prodotto fin dalle sue prime fasi di sviluppo, sfruttando il passaparola e attirando, in caso di campagne di successo, l'attenzione della stampa specializzata e non[217].

Il rovescio della medaglia è che spesso si creano situazioni simili alle stressanti dinamiche publisher/sviluppatore. Le software house che raggiungono gli obiettivi prefissati, durante la fase di sviluppo, si trovano costrette a mediare tra le richieste di un elevato numero di voci spesso in conflitto tra loro, ridefinendo le relazioni tra sviluppatori e *bakers*, che si rivelano spesso di gran lunga più esigenti e implacabili di un publisher. Coinvolti nel processo produttivo di un gioco fin dalle sue prime fasi, i *bakers*/giocatori diventano attori importanti, sia positivamente con il rilascio di utili feedback, con idee e suggerimenti funzionali a volte in seguito implementate nei giochi, che negativamente nel pubblicare fino all'esasperazione commenti (spesso corredati da insulti) su particolari non graditi. Un esempio è l'utente Oldschool Shadowrunner riguardo al già citato *Elite: Dangerous*, che nella sezione Commenti della pagina Kickstarter del gioco e su forum dedicati ha pubblicato decine se non centinaia di post definendo spesso e volentieri gli sviluppatori «incompetents», o «a bunch of circle-jerk back-patting designers[218]», provocando alle volte anche la

---

[213] Edwards, Tim, *Kickstarter has raised an incredible amount of money for games: Numbers inside*, PCGamer, 7 marzo 2012. (https://www.pcgamer.com/kickstarter-has-raised-an-incredible-amount-of-money-for-games-numbers-inside/).
[214] Gandolfi, Enrico, *Videogiochi indipendenti. Cultura, comunicazione e partecipazione*, Edizioni Unicopli, 2015. [Edizione Kindle].
[215] Autore nel 1984 del seminale *Elite* per BBC Micro, primo videogioco a proporre meccaniche *open world* riprese in seguito da titoli di successo come *Minecraft* o la serie *Grand Theft Auto*.
[216] Diver, Mike, *Indie Games: The Complete Introduction to Indie Gaming*, Michael O'Mara, 2015. [Edizione Kindle].
[217] Mollick, Ethan, *op.cit.*, 2014, p.3.
[218] Frontier Developments, *Elite: Dangerous Campaign - Comments*, Kickstarter, 2018. (https://www.kickstarter.com/projects/1461411552/elite-dangerous/comments).

reazione ironica di altri utenti («mate, you really, *really* need to get a life», commenta lo user Andy Watt).

Anche in caso di feedback e commenti positivi, gli sviluppatori devono confrontarsi con i suggerimenti e le idee di centinaia, spesso migliaia, di *bakers* che possono dimostrarsi delusi e frustrati sia nel non vedere accolta la propria proposta che nel vederla realizzata diversamente da quanto immaginato. Allo stesso modo, non rispettare le deadlines dichiarate, pubblicare un gioco "buggato" o dalle caratteristiche inferiori alle aspettative, può stremare e disilludere i *bakers*, portandoli a chiedere rimborsi, a segnalare eventuali scorrettezze ai responsabili delle piattaforme crowdfunding (che comunque si limitano a controllare con maggior attenzione il comportamento dei *creators* intervenendo solo in casi che ledano i loro stessi interessi), o a rilasciare feedback negativi nelle pagine dei commenti, ledendo seriamente la credibilità e affidabilità degli sviluppatori. La sezione Commenti della pagina Kickstarter di *Bud Spencer & Terence Hill - Slaps & Beans* (Trinity Team, 2017), progetto finanziato con successo, ne è un esempio, con la maggior parte degli utenti che lamenta consegne del gioco mancate, password non funzionanti, bug e promesse non mantenute, fino a richieste di rimborso e segnalazioni «to Kickstarter cause of backer scaming[219]».

In ambito videoludico, il crowdfunding viene legittimato come modello funzionale nel 2012 in seguito al successo della campagna Kickstarter per l'avventura grafica *Broken Age* della Double Fine Productions di Tim Schafer[220], che raggiunge la quota richiesta di 400.000 dollari in sei ore dalla sua apertura e un totale complessivo di 3.336.371 dollari[221], imponendo la piattaforma come punto di riferimento per il crowdfunding videoludico. Attualmente, la categoria Games è la seconda per numero complessivo di progetti proposti nei nove anni di vita di Kickstarter, con un totale di 40.745 campagne e 901.690 milioni di dollari raccolti[222], per quanto compresi nel numero vi siano non solo videogiochi ma anche sottocategorie come giochi da tavolo, hardware (es. la console Oyua, l'HMD Oculus Rift), o giochi di carte e puzzle.

Tuttavia, tale enfasi si è tradotta in breve sia in un eccesso di entusiasmo, con conseguente impennata nel numero delle campagne lanciate, sia in una parziale marginalizzazione dei piccoli studi a discapito di realtà più affermate.

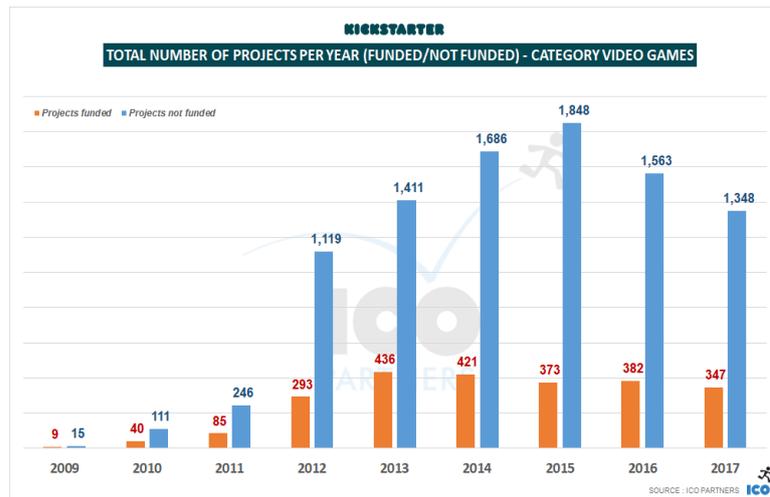
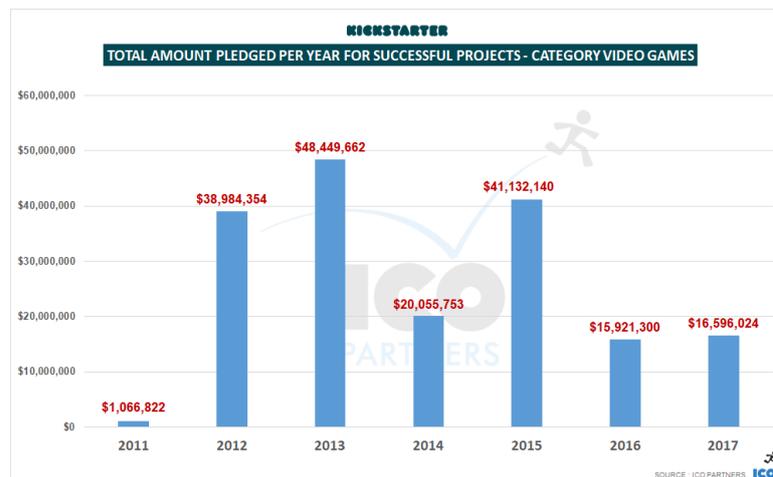
---

[219] Kadlec Peter, *Slaps & Beans - Comments*, Kickstarter, maggio 2018. (https://www.kickstarter.com/projects/1684041218/bud-spencer-and-terence-hill-slaps-and-beans/comments).

[220] Tra i più celebrati game designer di avventure grafiche, è autore o ha collaborato allo sviluppo di molti classici della LucasArts (*Monkey Island 2: LeChuck's Revenge*, *Day of the Tentacle*, *Full Throttle*, *Grim Fandango*), prima di fondare una propria software house, la Double Fine Productions, nel 2000.

[221] Double Fine, *Double Fine Adventure*, Kickstarter, 2012. (https://www.kickstarter.com/projects/doublefine/double-fine-adventure).

[222] Kickstarter, *Kickstarter Stats*, 2 ottobre 2018. (https://www.kickstarter.com/help/stats).

Riguardo alla prima problematica, la conseguenza più diretta è la saturazione della proposta. Statistiche più dettagliate relative alle campagne lanciate su Kickstarter riguardanti i soli videogiochi, come quella proposta da ICO Partners[223], dimostrano l'esplosiva crescita di progetti proposti a partire dal 2012 (1119 campagne contro le 246 dell'anno precedente) e la loro decrescita dopo l'apice raggiunto nel 2015 (da 1848 campagne alle 1348 del 2017), sottolineando però come il numero di progetti finanziati sia calato progressivamente dal 2013 (436 successi) al 2017 (347).

Altalenanti sono le donazioni riguardanti i progetti finanziati, con picchi massimi raggiunti nel 2013 (circa 48.5 milioni di dollari) e 2015 (41.1 milioni), intervallati da un 2014 che conta incassi dimezzati (20 milioni) e una stabilità nell'ultimo biennio (intorno ai 16 milioni).

Questi dati sono in parte giustificati dal fatto che ogni campagna di crowdfunding è per sua natura un azzardo, sia per i *creators* che per i *bakers*. Per i primi, ogni campagna comporta l'investimento di tempo e risorse economiche e umane, espresse nella produzione di materiali promozionali e dalla

[223] Bidaux, Thomas, *Kickstarter in 2017 – In depth look at the Games category*, ICO Partners.com, 1 febbraio 2018. (http://icopartners.com/2018/02/kickstarter-2017-depth-look-games-category/).

costante attenzione richiesta nel gestire commenti e feedback di *bakers* e interessati, e che nel caso di fallimenti risulta nella loro perdita senza alcun guadagno. Esperienze pregresse, solidi e diffusi network di appassionati e conoscenze su vari livelli spesso possono fare la differenza: progetti proposti da software house con alle spalle altri giochi completati e una *fan base* consolidata, o basati su licenze importanti e conosciute, hanno banalmente maggiori possibilità di riuscita per le proprie campagne, mentre anche progetti originali e di (presunta) qualità proposti da esordienti si scontrano con un elevato rischio di fallimento. Per i *bakers*, d'altro canto, non vi è certezza che i progetti finanziati con successo vengano poi effettivamente realizzati, o che siano completati nei tempi indicati. Tutte le piattaforme di crowdfunding non si ritengono responsabili di eventuali mancanze o scorrettezze da parte dei *creators* rispetto ai loro *bakers*, né si occupano di gestire servizi per il rimborso delle cifre donate, lasciando la risoluzione delle problematiche alle parti in causa. Kickstarter ad esempio permette il ritiro di una donazione solamente durante il periodo in cui la campagna è attiva, non al termine, ma consente ai *creators* di rimborsare di propria volontà i *bakers* che ne fanno richiesta.

Nel caso dei videogiochi, inoltre, il lancio di una campagna crowdfunding implica per gli sviluppatori la produzione di materiale promozionale come trailer, immagini o prototipi giocabili, al fine di presentare al meglio il proprio progetto. Inoltre, è possibile un sistema di ricompense dedicate a seconda dell'entità della donazione (detto *reward-based crowdfunding*), solitamente materiale paratestuale di produzione limitata (artbook, t-shirt, colonne sonore, copie fisiche da collezione), e/o la presenza del proprio nome nei credits, la rappresentazione all'interno del gioco (in immagini sugli fondi o come NPC), la partecipazione nella realizzazione di determinati aspetti, dalla progettazione di aree e personaggi fino alla concezione di minigames o *boss battle*, e/o l'opportunità di incontrare personalmente i creatori del progetto. Più alta è la donazione, maggiori saranno i premi. Ad esempio, per la fruttuosa campagna Kickstarter di *Bud Spencer & Terence Hill - Slaps & Beans* era prevista la consegna di un mini-cabinato del gioco per chiunque donasse 7.000 euro. Sono costi solitamente coperti con parte dei ricavi della campagna stessa, e che, sommati alle altre spese – principalmente tasse – spesso quasi annullano i guadagni ottenuti.

Si tratta, in definitiva, di una situazione che ricalca quella vista nel caso di *Steam Greenlight*, e una delle conseguenze è che per gli studi indipendenti il crowdfunding è ora soprattutto un viatico per dimostrare la bontà e la domanda dei progetti proposti, al fine di ottenere successivamente ulteriori finanziamenti da fonti più tradizionali[224], come appunto publisher e sponsor esterni. Tra gli esempi più recenti, l'RPG *Indivisible* (Lab Zero Games, TBA 2019), per il quale viene lanciata una

[224] Mollick, Ethan, *op.cit.*, 2014, p.3.

campagna su IndieGogo in collaborazione con il publisher 505 Games secondo un particolare accordo: se l'obiettivo di 1.5 milioni di dollari verrà soddisfatto, il publisher aggiungerà altri 2 milioni per raggiungere la quota di 3.5 milioni stimata per lo sviluppo del gioco[225]. La campagna frutterà 2.216.972 milioni di dollari. In altre parole, il publisher voleva garanzie su un possibile investimento, e le ha ottenute tramite una campagna di crowdfunding.

[225] Bartholow, Peter, *Indivisible - RPG from the Creators of Skullgirls*, IndieGogo, 5 dicembre 2015. (https://www.indiegogo.com/projects/indivisible-rpg-from-the-creators-of-skullgirls#/).

1.3. L'estetica indipendente

Con estetica videoludica, secondo Egenfeldt-Nielsen, Smith e Tosca, si intendono «all aspects of video games which are experienced by the player, whether directly – such as audio and graphics – or indirectly – such as rules[226]», ampliando così la definizione non solo al modo in cui i videogiochi si presentano nelle grafiche e nei suoni, ma anche nelle meccaniche di gioco e nelle scelte di design attuate dagli sviluppatori. In altre parole, «aesthetics relate to the way a game looks, sounds, and presents itself to the player[227]».

Come facilmente intuibile, le condizioni produttive e finanziarie inficiano direttamente sulle scelte estetiche adottate per un videogioco. Grafiche fotorealistiche 3D richiedono alti tempi di sviluppo, strumentazioni costose e team competenti e numerosi, colonne sonore complesse necessitano di musicisti e strutture adeguate per la loro registrazione, meccaniche eterogenee obbligano a tempi di beta testing più lunghi. Inizialmente, le possibilità economiche sembrano essere l'unica discriminante nelle scelte estetiche degli sviluppatori indipendenti. Nel 2000, nello *Scratchware Manifesto* è suggerito che «a scratchware game relies primarily on 2D art, which defines both its look and design. [...] 3D games are complex and costly [...]. 2D game art is faster to create and implement, and certainly possesses unplumbed aesthetic potential», senza che questo implichi la rinuncia alla tridimensionalità, poiché «3D is discouraged unless one can program an engine one's self and are, or are working with, an artist competent in 3D tools, model making and textures[228]». Inoltre, non vi sono distinzioni nella predilezione di un genere o contesto, «either in terms of broad category (adventure, strategy, puzzle, etc.) or specific setting (science fiction, historical, fantasy, etc.). Any genre or category, really[229]». I primi giochi vincitori dell'Independent Game Festival (IGF), ad esempio, proponevano grafiche tridimensionali principalmente allo scopo di attirare l'interesse di possibili publisher[230]. A parte rari casi, la maggior parte dei giochi indipendenti propongono grafiche 2D pixellate e meccaniche che riprendono generi dimenticati dall'industria mainstream, come platform, avventure grafiche, RPG (*Role Playing Games*), in grado di soddisfare

---

[226] Egenfeldt-Nielsen, Simon, Smith, Jonas H., Tosca, Susana P., *Understanding Video Games*, Routledge, New York, Londra, 2008, p.97.
[227] Schell, Jesse, *Game Innovation Database*, Carnegie Mellon University Entertainment Technology Center. Database non più disponibile: la citazione è ripresa da Niedenthal, Simon, *What We Talk About When We Talk About Game Aesthetics*, in *DiGRA '09 - Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*, vol.5, settembre 2009, p.2.
[228] Designer R, *Phase Three: What is Scratchware?*, in A.A.V.V., *Scratchware Manifesto*, Home of the Underdogs, 5 settembre 2000. (http://www.homeoftheunderdogs.net/scratch.php).
[229] *Ibid.*
[230] Juul, Jesper, *op.cit.*, 2014, p.5.

i bassi budget a disposizione, una produzione a tal punto vasta da diventare sinonimo di "indipendente[231]".

È importante notare come queste scelte stilistiche siano rimaste privilegiate nel tempo, nonostante l'entrata sul mercato di *game engines* per lo sviluppo 3D economicamente accessibili. Secondo Jesper Juul, il costante ricorso a queste estetiche stilizzate dai rimandi a titoli e generi del passato è una scelta artistica e creativa presa volontariamente dagli sviluppatori indipendenti al di là delle limitatezze produttive. Non solo, anche le scarse risorse a disposizione sono spesso considerate come una costrizione funzionale, obbligando gli sviluppatori a dedicarsi solamente a progetti molto sentiti, cui spesso sono coinvolti in maniera emotiva. In tal modo, si vuole evocare una certa sincerità e genuinità del prodotto, in contrasto con il cosiddetto "realismo" dei titoli a grosso budget: «by emphasizing the small, personal and simplistic, Independent Style makes the claim that limited budgets are not a limitation, but rather a better, and more authentic, way of making games[232]».

Il focus su piccole produzioni e l'importanza della creazione personale, continua Juul, porta a paragonare i videogiochi indipendenti al movimento dell'Arts & Craft del XIX secolo, e a quello più recente del DIY (*Do It Yourself*). Alla base di entrambe le ideologie viene proposto un ritorno all'artigianato e un rifiuto della produzione industriale di massa, vista come ostacolo alla creatività: solo con una ripresa del rapporto diretto fra singolo artista e singola opera d'arte l'individualità del primo può nuovamente emergere. Questa condizione istiga il desiderio di un ritorno a tempi più "semplici", quando lo sviluppo videoludico era realizzato da singoli programmatori o piccoli team, una componente nostalgica di notevole presenza nei giochi indipendenti, manifestata attraverso non solo l'elaborazione di estetiche retrò, come nel caso della pixel art, ma anche nella ripresa di generi e meccaniche del passato.

---

[231] *Ibid.*
[232] *Ivi*, p.1.

Tuttavia, nello sviluppo indipendente vengono utilizzate tecnologie contemporanee. Questo aspetto è per gli sviluppatori sia una sfida che una contraddizione: come è possibile mantenere una sensazione di autenticità e onestà se le estetiche proposte, per quanto simili a quelle passate, sono in realtà frutto di una forte e invasiva manipolazione attuata con strumenti contemporanei? *Unity3D*, ad esempio, concepito per rispondere alle richieste di grafica fotorealistica del mercato, presenta di default filtri anti-aliasing[233], attivi in fase di rendering per consentire una resa più fluida e realistica dell'immagine, ma che fanno sembrare sfocata una figura disegnata in pixel[234].

Il protagonista di *Cave Story* (2004) renderizzato in anti-aliasing (a sinistra) e senza

Emulare gli stili grafici del passato costringe gli sviluppatori ad adottare nuove tecniche in grado di aggirare il problema, ma allo stesso tempo perdendo quell'aura di autenticità tanto desiderata, poiché gli stili così creati altro non sono che «entirely and deliberately constructed embellishments enabled by the high-tech representation[235]». Juul in questo caso parla di contraddizione tra il "vecchio e il nuovo", che risolve considerando l'Indipendent Style come un tipo di *anacronismo creativo* teorizzato da Emily Howes, secondo la quale è possibile riprodurre stili del passato senza dover utilizzare le stesse tecnologie[236]. Le scarse risorse, il desiderio di autorialità e autenticità, il richiamo nostalgico ai giochi e agli stili del passato, porta Juul a definire l'Independent Style come

> «*a representation of a representation. It uses contemporary technology to emulate low-tech and usually 'cheap' graphical materials and visual styles, signaling that a game*

[233] Tecnica adottata per ridurre l'effetto aliasing, che si manifesta quando un segnale a bassa risoluzione viene mostrato ad alta risoluzione, portando ad un fastidioso effetto di scaletattura ai bordi delle immagini. Il filtro anti-aliasing agisce di conseguenza ammorbidendo le linee esterne di un'immagine, smussandone i bordi.

[234] È bene però notare come il progressivo successo commerciale dei giochi indipendenti abbia "convinto" i creatori di *Unity* (e di altri engine dedicati al 3D, come *Unreal 4*) a rilasciare versioni che supportassero anche lo sviluppo di giochi in 2D. Nel caso di *Unity*, la versione è la 4.3, rilasciata nel novembre 2013.

[235] Juul, Jesper, *op.cit*, 2014, p.8.

[236] Cfr. Howes, Emily, *Cable Stitch: Indie Craft's Troubled Relationship with Technology,* 2008.

with this style is more immediate, authentic and honest than are big-budget titles with high-end 3-dimensional graphics[237]».

1.3.1. Nostalgia

Si è già accennato a come l'aspetto nostalgico nell'ambito della scena indipendente rivesta un'importanza quasi capitale, non solo da una prospettiva estetica, ma anche da un punto di vista autoriale. Da principio, quella della nostalgia per il retro gaming viene considerata una moda passeggera, una scusa per (ri)vendere i classici anche sulle nuove console[238], ma con il tempo, l'elevato interesse manifestato in una vasta produzione di «consumer products, textiles, accessories, game related music videos, literature, various artistic work, museum and academic practice [...], online circulation of games oriented information and discussion[239]», obbliga a interrogarsi sull'ampio valore sociale, economico e culturale che la nostalgia videoludica è andata a coprire.

Maria Garda, a partire dalle considerazioni di Svetlana Boym[240] individua due tipologie di nostalgia: *restorative nostalgia* e *reflective nostalgia*[241]. La prima consiste nel ripristino di un videogioco al suo stato originale, traducendosi nelle pratiche del *retrogaming* come la ricerca e collezione di hardware del passato il più possibile intatto (dove le copie più valutate sono quelle contenute nella loro scatola originale ancora sigillata), la loro riparazione con componenti e strumenti a loro contemporanei (per quanto possibile), nonché tramite lo sviluppo di emulatori[242] al fine di mantenere fruibili i titoli del passato nella memoria collettiva. Questo desiderio si manifesta anche nella creazione di franchise (come per *Super Mario* o *Tomb Raider*) e nella produzione di nuovi videogiochi che ne continuino la serie classica, un'attività volta a creare, secondo Jenkins, i cosiddetti *lovemarks*, brand a cui siamo attaccati emozionalmente[243], tramite *reboot* e il rilascio dei giochi originali sulle nuove piattaforme[244]. In questo caso, l'obiettivo teorico del ricreare accuratamente l'esperienza del gameplay originale, compresi tutti i dettagli tecnologici (come ad

---

[237] Juul, Jesper, *op.cit.,* 2014, p.3.

[238] Ramachandran, Nayan, *Opinion: Neo-retro movement or passing fad?*, in *Gamasutra*, 6 novembre 2008. (http://www.gamasutra.com/view/news/111786/Opinion_NeoRetro__Movement_Or_Passing_Fad.php)

[239] Suominen, Jaakko, *The Past as the Future? Nostalgia and Retrogaming in Digital Culture*, in *The Fiberculture Journal*, n.11, 2008.

[240] Boym, Svetlana, *The Future of Nostalgia*, Basic Books, New York, 2001.

[241] Garda, Maria B., *Nostalgia in Retro Game Design,* in *DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*, vol.7, agosto 2014.

[242] L'emulatore è un software in grado di ricreare gli ambienti di computer, console, cabinati di vecchia generazione su macchine moderne, al fine di poter fruire di giochi del passato altrimenti ingiocabili a causa della loro obsolescenza. Tra i più celebri, *MAME* e *DosBox*.

[243] Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York, London, 2006, pp.68-74.

[244] Suominen, Jaakko, *Mario's legacy and Sonic's heritage: Replays and refunds of console gaming history*, in *DiGRA Nordic '12: Proceedings of 2012 International DiGRA Nordic Conference*, Vol.10, 2012, p.12.

esempio l'uso dei controller del tempo) risulta impossibile nella pratica: la stessa definizione di "gameplay originale" è altamente problematica, dati gli svariati fattori con i quali bisogna confrontarsi, non ultimo il rilascio simultaneo di un titolo su più piattaforme, ognuna dalle diverse specifiche tecniche[245].

La *reflective nostalgia*, al contrario, indugia sul desiderio di trovarsi in altri luoghi e altri tempi, basandosi sulle esperienze intime di ognuno di noi nei riguardi di un determinato oggetto: la nostalgia non è una sua proprietà intrinseca, ma è generata dalle nostre personali relazioni con esso[246]. Ciononostante, questo non implica necessariamente che la nostalgia sia un'emozione "personalizzata", poiché spesso è condivisa nella memoria collettiva di determinate generazioni o sottoculture, spaziando su media diversi, con il riutilizzo di leitmotiv della cultura popolare in auge al tempo, in special modo quelli che più si prestano a diventare oggetto di nostalgia generazionale[247]. Secondo Katharina Niemeyer, le estetiche del passato diventano uno strumento attraverso il quale i media possono essere usati «as an *ersatz* stand-in for former rituals, feelings or past, without actually replicating them exactly. The repetition and reiteration of past aesthetics in a digital practice might also indicate a new kind of ritual and the habits that come along with it[248]».

In ambito videoludico, la nostalgia è soprattutto riscontrabile nella generazione cresciuta con i titoli dell'era 8 e 16-bit, per la quale i videogiochi sono parte importante nella formazione della loro identità generazionale. Alcuni di questi giocatori, crescendo, sono diventati sviluppatori, trasferendo le proprie passioni e idiosincrasie giovanili nei loro videogiochi. Descrivendo *Darwinia* (Introversion, 2006), strategico in tempo reale dalle grafiche 3D wireframe sullo stile di giochi degli anni Ottanta come *Battlezone* (Ed Rotberg, 1980), il lead designer Chris Delay ammette come

> «*to us there is a distinct nostalgia associated with the wireframe/grid-like environments of* Darwinia. *Growing up with early gaming influences as well as the sci-fi breakout of the 80's has had a profound impact on us as people and thus, as developers*[249]».

É bene sottolineare, d'altro canto, come con il passare del tempo una nuova generazione di sviluppatori si è affacciata sulla scena videoludica, ragazzi cresciuti con le grafiche tridimensionali della PlayStation a cavallo tra gli anni Novanta e Duemila. Il recente aumento di videogiochi che presentano grafiche low poly, stile contemporaneo che rielabora le prime grafiche 3D poligonali

---

245 Newman, James, *Best Before: Videogames, Supersessions and Obsolescence,* Routledge, London, New York, 2012.
246 Garda, Maria B., *op.cit.,* 2014, p.2.
247 *Ivi*, p.4.
248 Niemeyer, Katharina (a cura di), *Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future*, Palgrave Macmillan UK, 2014, pp.11-12. [Edizione del Kindle].
249 Jones, Simon, *Interview with Darwinia Lead Developer - Chris Delay*, SFFWorld, 12 luglio 2006. (https://www.sffworld.com/mul/198p0.html)

proprie di titoli come *Tomb Raider* (Eidos, 1996), *Resident Evil* (Capcom, 1996) e *Metal Gear Solid* (Konami, 1998), può essere letto come un nuovo stile nostalgico, affiancato alla pixel art.

È però limitante considerare la nostalgia solo da un punto di vista sentimentale, è anche un discorso critico basato sull'insoddisfazione verso il presente e l'idealizzazione di epoche passate, non per forza oggettivamente migliori, ma considerate come tali in confronto alla contemporaneità a partire da ricordi personali[250]. Applicata al videogioco, e al contesto indipendente in particolare, la nostalgia manifestata nel desiderio di ricreare stili e meccaniche di epoche precedenti dimostra un'insoddisfazione verso le pratiche videoludiche contemporanee che, implicitamente, i vecchi giochi non instillavano. Scegliere di sviluppare giochi in pixel art, rivisitando generi e meccaniche di titoli di epoche passate, è visto anche come un deliberato rifiuto dello status quo da parte degli sviluppatori[251]. A tal proposito, Delay continua la sua dichiarazione affermando che

> «Darwinia *isn't meant to have the highest graphics possible that needs a $600 video card to run it with dual core processors.* Darwinia *is a step back into the past in many ways with a new and interesting mode of gameplay*[252]».

In secondo luogo, la nostalgia del *retro game design* corrobora il fatto che il videogioco è ormai una forma d'arte matura, i cui titoli del passato spingono alla riflessione autocritica. Questa nostalgia si manifesta nei riferimenti e nella rivisitazione del passato per riflettere su una particolare decade, una determinata piattaforma, un certo genere[253]. I giochi che presentano queste caratteristiche sono definiti da Robin "nostalgia videogame", ovvero

> «*any contemporary game that explicitly incorporates past aesthetics, design philosophies, or emulated technical limitations […] developed by designers who are critically engaged with both the history of their medium and their own emotional and intellectual connection to gaming*[254]».

Braid (Jonathan Blow, 2008), presenta riferimenti iconografici e contenutistici espliciti a *Super Mario Bros.* (Nintendo, 1985) – la somiglianza dei nemici nei due giochi, la bandiera e il castello al termine di ogni livello, la ricerca della principessa e l'iconico messaggio "The Princess is in another castle" –, affiancati ad elementi che riflettono sul tempo passato e suggeriscono una memoria distorta del gioco originale, «a game from childhood now viewed again through the eyes of

---

[250] Davis, Fred, *From yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*, in Olick Jeffrey K., Vinitzky-Seroussi, Vered, Levy Daniel (a cura di), *The Collective Memory Reader*, Oxford University Press, New York, 2011, p.448.
[251] Lipkin, Nadav, *op.cit.*, 2013, pp.8-24.
[252] Jones, Simon, *art.cit.*, 2006.
[253] Garda, Maria B., *op.cit.* 2014, p.2.
[254] Sloan, Robin J.S., *Nostalgia Videogames as Playable Game Criticism*, in *|G|A|M|E| - The Italian Journal of Game Studies*, n.5, 2016.

adulthood[255]». Se *Super Mario Bros.* è un platform dove a contare sono velocità e riflessi, *Braid,* aggiungendo la meccanica del riavvolgimento del tempo, diventa un puzzle game dove la logica è padrona, sottolineando la divergenza tra frenesia giovanile e razionalità adulta; se Mario è l'eroe che salva la Principessa, Tim, il protagonista di *Braid*, si rivela come un asociale da cui la Principessa cerca di fuggire, in una cinica parodia dello stereotipo del giocatore adulto, visto generalmente come un solitario del tutto sconnesso dalla realtà, sempre immerso in fantasie di eroismo; le grafiche *hand-drawn* dallo stile impressionista di *Braid* trasformano il mondo cartoonesco di *Super Mario Bros.* in un qualcosa dall'aspetto più definito e maturo. *Braid*, conclude Sloan, può essere letto come «a game about a game: as a critique not only of *Super Mario Bros.*, but also of our memory of *Super Mario Bros.* as an icon of the early years of home console gaming[256]».

1.3.2. Stili grafici

Aki Järvinen ha individuato tre grandi categorie di stili grafici nei videogiochi: fotorealismo[257], astrattismo e caricaturismo o stilizzazione[258]. Lo sviluppo indipendente ha ragion d'essere, per tutte le motivazioni viste finora, soprattutto nelle ultime due categorie, ma in tempi recenti anche il fotorealismo con cui viene identificata l'industria mainstream ha trovato spazio in un numero crescente di produzioni indipendenti. Inizieremo questa disamina proprio da quest'ultima categoria.

1.3.2.1. Fotorealismo

Non è tanto la ricerca del fotorealismo in sé, a scontrarsi con l'ideologia indipendente, piuttosto l'uso che ne viene fatto dall'industria mainstream. D'altronde, la storia della ricerca e innovazione tecnologica viene spesso presentata dai media, dalle pubblicità, dagli studi accademici, come un progresso verso il realismo, nelle parole di Lev Manovich «the ability to simulate any object in such a way that its computer image is indistinguishable from a photograph[259]». Tra la metà degli anni Settanta e i Novanta si è assistito a un continuo sviluppo delle tecniche di animazione 3D, soprattutto in ambito cinematografico e videoludico, portando alla stabilizzazione di software performanti e a un radicale taglio dei tempi di rendering grazie all'evoluzione delle tecnologie hardware. A fine anni Novanta, gli animatori potevano contare su strumenti in grado di renderizzare

---

[255] *Ibid.*
[256] *Ibid.*
[257]
[258] Järvinen, Aki, *op.cit.*, 2002, p.113.
[259] Manovich, Lev, *The Language of New Media*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2001, p.184. [Edizione Kindle].

un elevato numero di modelli e geometrie complesse contemporaneamente, ottenendo un sempre maggior effetto realistico. Nel cinema, sono gli anni di *Titanic* (James Cameron, 1997), che presenta centinaia animazioni e ritocchi digitali, e *Star Wars: Episodio 1 - La minaccia fantasma* (George Lucas, 1999), composto al 95% di immagini computerizzate; nel videogioco, si assiste all'affermazione delle grafiche tridimensionali con il rilascio della Sony PlayStation (1995) e, su PC, di *Quake 2* (id. Software, 1997) e *Unreal* (Epic Games, 1998) e relativi *game engine* messi a disposizione su licenza per le altre software house. Non sembra quindi un caso che il primo lungometraggio completamente realizzato in computer grafica fotorealistica sia *Final Fantasy: The Spirits Within* (Hironobu Sakaguchi, 2001), ispirato alla celebre serie di giochi di ruolo giapponese e scritto e diretto dallo stesso game designer.

Le critiche più forti a questo stile sono principalmente di natura qualitativa e di mercato. Le prime sottolineano come il realismo di un'immagine computerizzata sia sostanzialmente diverso (e implicitamente inferiore) dal realismo di immagini create con tecnologie ottiche, «for the simulated reality is not indexically related to the existing world[260]». Inoltre, il realismo di un'immagine computerizzata subisce una veloce obsolescenza, poiché fortemente connesso alle tecnologie disponibili ai tempi della sua realizzazione. Le prime animazioni digitali in alcuni film degli anni Ottanta, o la grafica poligonale del primo *Tomb Raider* (1996), ai tempi considerati avanguardia, ora risultano ridicoli se non inquietanti. Simile sorte sembra attende anche le più rinomate tecniche di animazione digitale contemporanee, a differenza degli stili meno realistici, che non volendo replicare fedelmente la realtà diventano oggetto di continue, nuove letture nel corso del tempo.

Dal punto di vista produttivo, si è visto come l'uso di una grafica fotorealista comporti costi elevati, portati all'estremo dalla natura competitiva del mercato, per il quale, secondo Costikyan, «as hardware becomes capable of displaying better-detailed graphics and higher polygon counts, it becomes mandatory to provide them. If you do not, your competitors will – and your games will look inferior by comparison to directly competitive product[261]». La "console war" tra Nintendo e Sega[262] durante i primi anni Novanta è solo uno dei più noti esempi della lotta tra hardware manufacturer e publisher per assicurarsi le tecnologie più performanti, incrementando allo stesso tempo le aspettative degli utenti: «as machines become capable of rendering more detailed 3D models in real time, the market demands more detailed 3D models[263]», continua Costikyan. Ne è conseguita la produzione di videogiochi sempre più votati alla resa grafica fotorealistica e sempre meno al gameplay, con costi di sviluppo di volta in volta moltiplicati: è per queste ragioni che il

---

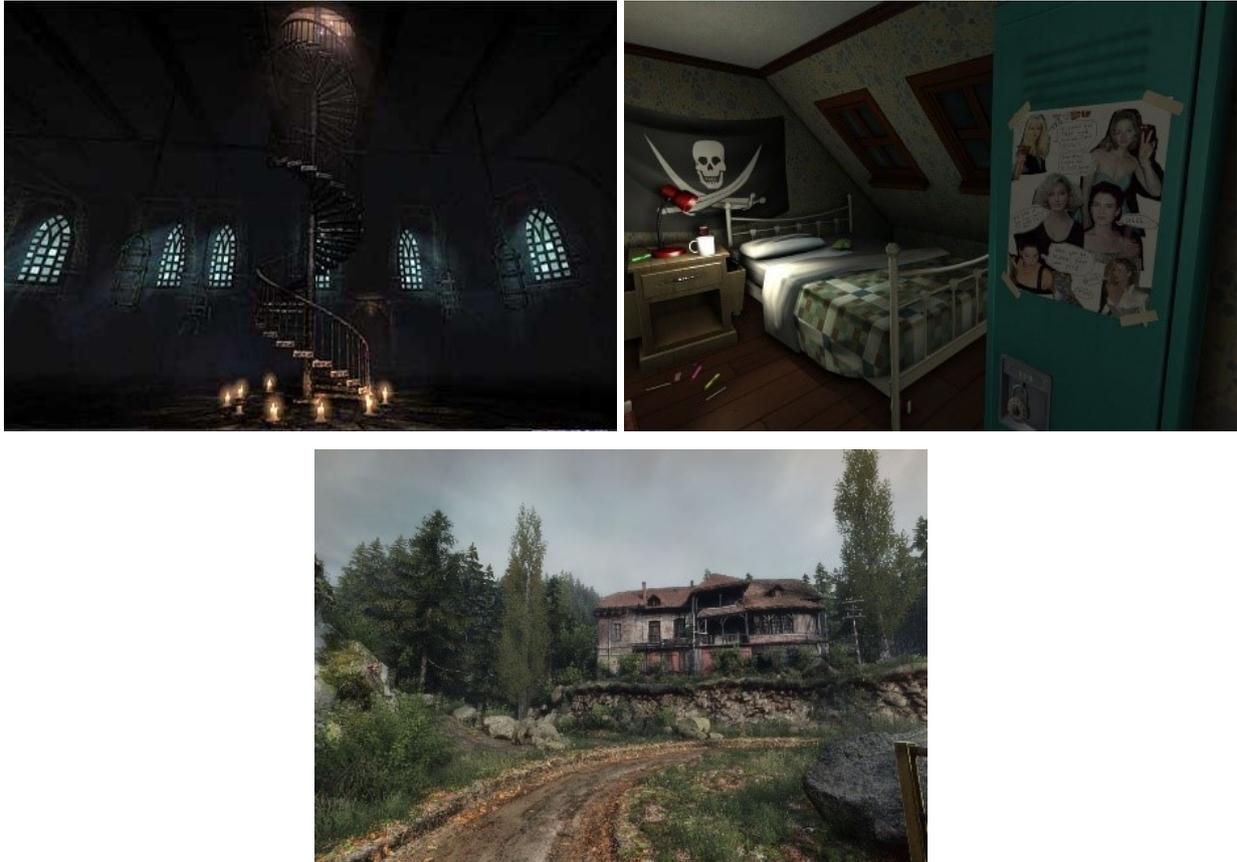
[260] *Ibid.*
[261] Costikyan, Greg, *art.cit.*, agosto 2005, p.1.
[262] Harris, Blake J., *Console War. La battaglia che ha segnato una generazione*, Multiplayer.it Edizioni, 2015.
[263] Costikyan, Greg, *art.cit.*, agosto 2005, p.1.

fotorealismo viene deprecato nell'ideologia indipendente, ma se non presenti, in realtà nulla vieta il suo utilizzo.

È soprattutto in tempi recenti che si nota un crescente numero di videogiochi indipendenti che propongono grafiche fotorealistiche, anche grazie alla democratizzazione di *game engine* come *Unreal 4* e *CryEngine*. Il numero maggiore di casi rientra nel sottogenere dei *walking sim*, dove la componente narrativa è predominate e l'agency del giocatore limitata all'esplorazione di ambienti e alla ricerca di indizi necessari al proseguo della trama, non necessariamente legati alla risoluzione di enigmi o alla sopravvivenza in combattimento. Troviamo qui il moderno compimento di quanto scritto da Manovich, ovvero che nei videogiochi dalle grafiche tridimensionali «narrative and time itself are equated with movement through 3-D space, progression through rooms, levels, or words[264]». Portando come esempio *Doom* e *Myst* (Cyan Studio, 1993), Manovich dimostra che

> «*in contrast to modern literature, theater, and cinema, which are built around psychological tensions between characters and movement in psychological space, these computer games return us to ancient forms of narrative in which the plot is driven by the spatial movement of the main hero, traveling through distant lands to save the princess, to find the treasure, to defeat the dragon, and so on*[265]».

Tale forma narrativa trova compimento non tanto nei giochi tripla-A, che per quanto mantengano le possibilità di narrazione spaziale poiché realizzati in grafica tridimensionale, puntano all'azione pura a discapito dello sviluppo di una trama complessa, piuttosto in giochi indipendenti come *Amnesia: The Dark Descent* (Frictional Games, 2010), *Gone Home* (The FullBright Company, 2012), *The Vanishing of Ethan Carter* (The Astronauts, 2014), *The Land of Pain* (Alessandro Guzzo, 2017), dove tutta l'attenzione è diretta verso la progressione dello storytelling parallelamente all'esplorazione di mondi altamente immersivi, che sfruttano al meglio le dettagliate grafiche fotorealistiche.

[264] Manovich, Lev, *op.cit.*, 2001, pp.245-246. [Edizione Kindle].
[265] *Ibid.*

Sopra, da sinistra, frame da Amnesia: The Dark Descent (2010) *e* Gone Home (2012); *sotto*, The Vanishing of Ethan Carter (2014)

È probabile che nei prossimi anni la produzione indipendente di titoli con grafiche fotorealistiche e tridimensionali veda una crescita, basata non solo sulla progressiva democratizzazione e semplificazione dei *tool* di sviluppo dedicati, ma soprattutto su un rinnovato desiderio di sperimentazione, narrativa e non, rimasto fermo durante gli anni Duemila a causa delle politiche produttive dell'industria tripla-A.

1.3.2.2. Astrattismo / Minimalismo

Estremo opposto del fotorealismo, l'astrattismo non vuole simulare personaggi, oggetti o spazi reali, ma si concentra sulla rappresentazione di forme geometriche pure rese con limitate *palette* di colori, rendendo indistinguibili i confini tra meccaniche e aspetti visuali[266]. Utilizzato soprattutto agli albori della storia videoludica, principalmente per costrizioni tecnologiche[267], vede i suoi esponenti più celebri nei classici *Pong* (1972), *Tetris* (1984), *Snake* (1998), mentre in periodi più recenti è di gran lunga meno diffuso, nonostante titoli importanti come *Rez* (2001) o *Geometry*

[266] Järvinen, Aki, *op.cit.,* 2002, pp.123-124.
[267] Nealen, Andy, Saltsman, Adam, Boxerman, Eddie, *Towards minimalist game design*, in *Proceedings of the 6th International Conference on Foundations of Digital Games - FDG '11*, 2011, p.38.

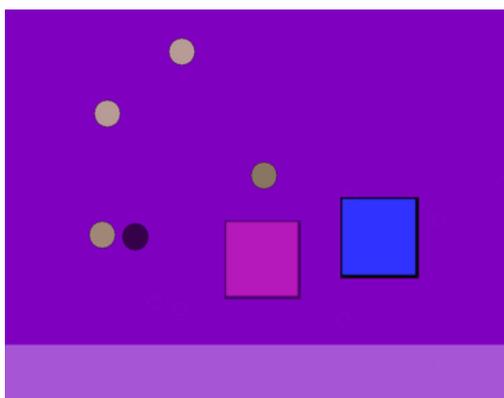
Wars (2005). Questo è soprattutto dovuto al fatto che i giochi astratti, data la loro scarsa possibilità di creare contesti narrativi o personaggi cui appassionarsi, risultano difficilmente spendibili in un mercato dove lo storytelling ha acquisito una posizione di grande importanza rispetto al passato.

Eppure, nelle parole di Pietro Righi Riva, intervistato riguardo alla scelta di una grafica minimale per *MirrorMoon EP* (Santa Ragione, 2013), «l'astratto, o il non rappresentativo, dà la possibilità di comunicare – all'interno dell'artefatto – più di quello che l'autore ci mette dentro[268]». Fruendo di un videogioco astratto, privo di dettagli, si tende ad attribuire valori simbolici ai segni che lo compongono, così che, continua Righi Riva, «un piccolo gruppo di pixel può rappresentare un oggetto infinitamente dettagliato nella mente del giocatore. Più dettagli vengono aggiunti all'immagine, più si sta sottraendo all'immaginario di chi gioca, e più si sta rendendo specifica, puntuale, la descrizione dell'oggetto in questione[269]». Per *MirrorMoon EP*, videogioco *open-world* che vede il giocatore viaggiare tra pianeti di galassie generate proceduralmente e che si basa «sull'interpretazione, sull'esplorazione, e sull'immaginario», lo stile grafico astratto risulta il più funzionale nel permettere «questo tipo di atteggiamento nel giocatore[270]».

Da sinistra, la cabina di pilotaggio dell'astronave del giocatore e uno dei pianeti esplorabili in MirrorMoon EP (2013)

Mentre *MirrorMoon EP* propone grafiche e meccaniche che permettono al giocatore di svelare gradualmente obiettivi e attività, in altri casi l'astrazione è a tal punto portata ai minimi termini da rende necessario informare preventivamente il giocatore su di che cosa il gioco è un'astrazione. *The Marriage* (Rod Humble, 2007), ad esempio, senza la lettura preventiva di un documento scritto dallo stesso autore[271], per un qualsiasi giocatore non è altro che una composizione di figure geometriche bidimensionali impegnate in movimenti casuali.

---

[268] Nosenzo, Paolo*, Estetica e Storytelling negli Indie Game*, Laurea Magistrale Discipline del Cinema, Università degli Studi di Torino, a.a.2014/15, p.160.
[269] *Ibid.*
[270] *Ibid.*
[271] Sia il gioco che il documento sono disponibili gratuitamente al link: https://www.rodvik.com/rodgames/marriage.html.

The Marriage (2007)

Per quanto lo stesso titolo possa fornire qualche indicazione, difficilmente si può intuire che i due quadrati rappresentino moglie (rosa) e marito (blu), o che i cerchi siano manifestazione di varie influenze esterne che inficiano sulla loro relazione, in quella che vuole essere una riflessione sulle tensioni e gli sviluppi di un matrimonio. Humble è conscio di ciò, e introduce il documento allegato al gioco con questa dichiarazione:

> «*This is a game that requires explanation. That statement is already an admission of failure. But when working with new art forms one has to start somewhere and itsunfair to an audience to leave a piece of work (even if its not successful) without some justification. Its probably some kind of record to have such a small game give hundreds of words of explanation*[272]»

The Marriage è in effetti un videogioco più semplice da giocare che da spiegare. Limitato al solo movimento del puntatore del mouse, che passando sopra le figure ne varia le dimensioni, il giocatore deve mantenere in equilibrio il più a lungo possibile la grandezza dei due quadrati, senza che uno sovrasti l'altro, mentre i cerchi, benevoli o malevoli, li colpiscono casualmente aumentandone o diminuendone le dimensioni. Lo sfondo varia di tonalità a seconda dell'ampiezza e del colore del quadrato più grande, viola o blu, a rappresentare la parte in quel momento dominante nella relazione matrimoniale, arrivando a diventare verde in momenti di equilibrio e infine nera, a simbolizzare la vecchiaia e la morte, paradossalmente un *happy ending*, la fine di un matrimonio che si è mantenuto stabile e felice nel tempo. *The Marriage* è un caso estremo, un videogioco che nelle parole di Humble è esplicitamente «intended to be art. […] As such its certainly meant to be enjoyable but not entertaining in the traditional sense most games are», nonché espressamente astratto e minimale: «I wanted a game that the graphics and other elements took second stage. […]

[272] Humble, Rod, *The Marriage Notes*, documento allegato a *The Marriage*, 2007. (https://www.rodvik.com/rodgames/marriage.html).

This is also the reason there is no sound to the game, any element I could remove that got in the way of the game itself I did[273]».

Per quanto comunque poco praticato, lo stile astratto nell'ultima decade ha trovato nuova vita sui browser e poi sugli smartphone, grazie anche all'affermazione della scena indipendente, in quanto «provides the advantages of increased artistic and systemic freedom, and reduces the complexity of the required art[274]», adattandosi alle intenzioni autoriali e le solitamente scarse risorse finanziare degli sviluppatori: il successo, commerciale e critico, di titoli come *Osmos* (Hemisphere Games, 2009), *Geometry Dash* (RobTop Games, 2013) e *Antichamber* (Demruth, 2014), ne sono una testimonianza.

Da sinitra, frame da Osmos, Geometry Dash, Antichamber

1.3.2.3. Caricaturismo / stilizzazione

Tra astrattismo e realismo, Järvinen situa il caricaturismo o stilizzazione, termine con il quale si riferisce a tutti gli stili grafici che rimandano a raffigurazioni di personaggi e oggetti nei fumetti, nei cartoni animati, nelle vignette politiche. Per Järvinen, «as an audiovisual style of games, caricaturism is about simplifying and non-photographic simulation[275]», concetto che Egenfeldt-Nielsen et alt. approfondiscono sottolineando il focus sul presentare «a person or an object by exaggerating its most prominent features[276]». Si tratta però di una definizione troppo ampia, che al suo interno permette l'apparentamento di giochi dagli stili molto diversi tra loro – *hand-drawn*, pixel art, low poly, 3D non fotorealistico[277], eccetera – l'equivalente del non distinguere «tra i fumetti Disney, quelli di Alan Moore e i manga giapponesi, o racchiudere tutte le avanguardie artistiche di inizio Novecento sotto un'unica definizione[278]». Si rende di conseguenza necessaria una più specifica categorizzazione, ricordando come ogni stile grafico dimostri differenti proprietà e

[273] *Ibid.*
[274] Nealen, Andy, Saltsman, Adam, Boxerman, Eddie, *op.cit.,* 2011, p.39.
[275] Järvinen, Aki, *op.cit.*, 2002, p.122.
[276] Egenfeldt-Nielsen, Simon, Smith, Jonas H., Tosca, Susana P., *op.cit*, 2008, p.123.
[277] Come nel caso di *Super Mario 64* (Nintendo, 1996).
[278] Papale, Luca, *Estetica dei videogiochi. Percorsi, evoluzioni, ibridazioni*, UniversItalia, Roma, 2013, p.64.

permetta diverse tipologie di gioco, e che la loro scelta, soprattutto nelle fasi di pre-produzione, può influenzare il corso dell'intero sviluppo di un titolo[279].

1.3.2.3.1. Pixel Art / Pixel Art 3D

La grafica stilizzata attualmente più diffusa è la pixel art, ovvero «graphics where each pixel has been edited by hand, and where these pixels are enlarged, giving the appearance of a lower resolution than what is afforded by the platform the game is running on[280]». Come si è visto, è soprattutto grazie alla contemporanea spinta nostalgica che lo stile è così diffuso, per quanto alla base non vi sia un desiderio di riproduzione mimetica: la pixel art riprende grafiche che *ricordano* quelle del passato, con l'aggiunta di soluzioni ai tempi tecnologicamente impossibili. Juul qui cita correttamente Bolter e Grusin[281], descrivendo queste pratiche come «a remediation of earlier styles in order to create something new and contemporary[282]». Titoli come *Cave Story* (Daisuke Amaya, 2004), *Hyper Light Drifter* (Heart Machine, 2016), *Papers Please* (Lucas Pope, 2014), *FTL - Faster Than Light* (Subset Games, 2012) propongono figure complesse, *palette* composte da migliaia di colori, animazioni anche secondarie molto dettagliate che rivelano la loro realizzazione con strumentazioni contemporanee.

[279] Egenfeldt-Nielsen, Simon, Smith, Jonas H., Tosca, Susana P., *op.cit*, 2008, p.105.
[280] Juul, Jesper, *op.cit.*, 2014, p.2.
[281] Bolter, David Jay, Grusin, Richard, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Edizioni Angelo Guerini e Associati, 2003 (ed. italiana). Edizione originale, *Remediation. Understanding New Media*, The MIT Press, Cambridge, 1999.
[282] Juul, Jesper, *op.cit.*, 2014, p.2.

Da sinistra, frame di Cave Story, Hyper Light Drifter, Papers Please, FTL-Faster Than Light

Hotline Miami (Dennation, 2012) è un caso particolare, che a prima vista sembra emulare, a livello visuale, i giochi dell'era 8-bit. In realtà, come afferma uno degli sviluppatori, Jonatan Söderström, scelte grafiche e filtri aggiunti hanno lo scopo di sembrare «retro, although not in a way that is accurate towards old gaming systems[283]». L'intenzione era di creare l'impressione di giocare «on a fictional broken console of some sort[284]», o di assistere alla proiezione di un filmato registrato con una videocamera dallo schermo di una TV a tubo catodico: non si tratta né di un normale effetto ottenibile con i PC contemporanei, né della ricostruzione di una particolare pratica culturale. Piuttosto, l'uso di colori forti e accesi, con i fondali cangianti dal rosa al fucsia e le luci al neon vuole ricreare l'atmosfera dei club della Miami degli anni Ottanta e dei film gangster e neo-noir americani del periodo, omaggiando un'intera decade, allo stesso modo del film *Drive* di Nicholas Refn (che viene citato tra gli ispiratori del gioco). Per Maria Garda, *Hotline Miami*, più che fare riferimento a qualche specifico videogioco, è «a remediation of the "1980's-ness" style of neo-noir movies into videogames medium[285]».

Hotline Miami (2012)

[283] Uncommon Assembly, *Back to Reality: Norrland by Cactus*, Uncommon Assembly.com, 2010. (http://www.uncommonassembly.com/2010/08/back-to-reality-norrland-by-cactus/).
[284] *Ibid.*
[285] Garda, Maria B., *op.cit.,* 2014, p.5.

Per quanto la pixel art sia principalmente bidimensionale, alcuni titoli recenti hanno ampliato questo stile alla terza dimensione, sostituendo i pixel (ovvero quadrati) con i voxel (ovvero cubi). Due sono i giochi che più rappresentano questo passaggio: *Fez* (Polytron, 2012) e *Minecraft* (Mojang, 2009).

Il primo, diventato celebre anche per essere uno dei titoli analizzati nel documentario *Indie Game: The Movie*, riprende le meccaniche già sperimentate dalla Nintendo in *Super Paper Mario* (2007), dove l'aspetto principale del gioco era l'abilità di Mario di passare a piacimento da una prospettiva 2D a una 3D, rivelando così nuovi percorsi per superare ostacoli altrimenti invalicabili.

Allo stesso modo, anche in *Fez* ruotare la visuale permette al giocatore di rivelare e interagire con elementi prima nascosti dalla prospettiva 2D, e di conseguenza superare ostacoli e raggiungere aree prima inaccessibili. Una piattaforma può sembrare inizialmente troppo distante per essere raggiunta con un salto, ma ruotando di 90° gradi la prospettiva, questa risulta più vicina. Allo stesso modo, due scale possono esser appoggiate a pilastri differenti, per poi unirsi dopo un cambio di prospettiva. Al livello più semplice, una singola rotazione è spesso sufficiente per risolvere ogni problema, ma col procedere del gioco sarà necessario ponderare le proprie scelte, poiché ogni singola sezione possiede altre tre prospettive alternative, ognuna delle quali nasconde un approccio e una visione inedita della stessa scena: ciò che in un gioco classico sembrerebbe un unico livello, in *Fez* è invece la composizione di quattro diverse strutture pixelate che devono intrecciarsi e integrarsi l'un l'altra. *Fez*, in definitiva, si mostra come un platform 2D dalla raffinata pixel art, ma in realtà, fin dalle fasi di preproduzione, è un gioco modellato in 3D.

Un livello in Fez*, visto in partenza (in alto) e dopo una rotazione di 90° a sx (in basso), che rivela una nuova porta su una piattaforma prima inaccessibile*.

Minecraft, al contrario, non nasconde per nulla la sua natura tridimensionale, a partire dalla prospettiva di gioco, che può essere scambiata a piacimento tra la prima e la terza persona. Il giocatore è immerso in un mondo generato proceduralmente e composto da cubi dalle texture grezze, lasciandolo libero di vagare, interagire con animali, piante, altri personaggi non giocanti e, soprattutto, recuperare materiali e costruire un numero potenzialmente infinito di edifici, oggetti e congegni. Non vengono forniti obiettivi o compiti specifici, tutto sta al giocatore, per quanto la presenza di un ciclo notte-giorno, con le fasi notturne colme di nemici assassini (come zombi, scheletri e ragni giganti), porti come prima cosa alla creazione di armi difensive e di un luogo dove ripararsi. Acquistando con il tempo famigliarità con i menù di costruzione, il giocatore viene spinto alla ricerca di materiali migliori per la produzione di oggetti sempre più sofisticati ed edifici sempre più complessi. La scelta di Persson di utilizzare una grezza grafica pixellata e di creare un mondo composto da cubi facilmente riconoscibili e malleabili permette di focalizzarsi sull'aspetto costruttivo (la meccanica principale del gioco) in maniera più semplice e immediata, replicando l'esperienza "infantile" del giocare con i Lego. Inoltre, da un punto di vista tecnico, tale scelta permette sia ai giocatori di fruire *Minecraft* anche su macchine dalle potenzialità hardware non particolarmente alte, che agli sviluppatori di lavorare in maniera più rapida per la correzione di bug e, soprattutto, l'implementazione di nuovi materiali, oggetti, combinazioni, eccetera.

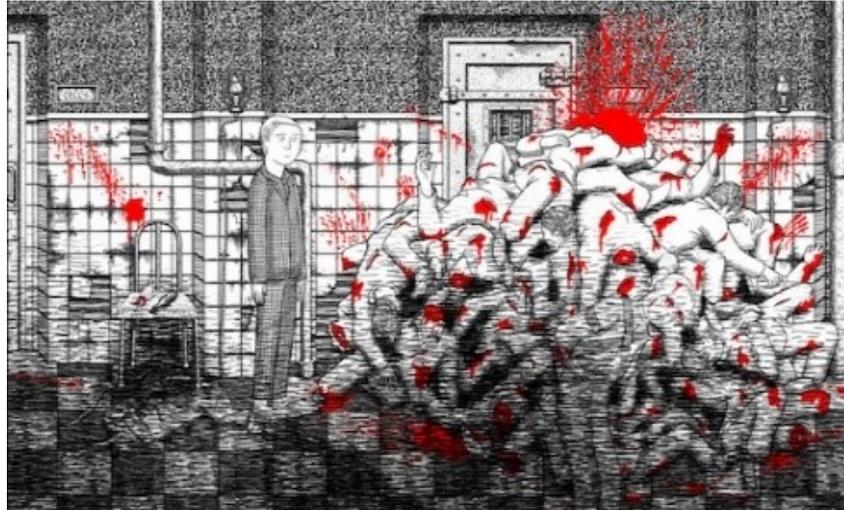
Sopra, un frame di Minecraft; *sotto, una costruzione realizzata da un giocatore*

1.3.2.3.2. *Hand-drawn*

In generale, è possibile considerare come caratteristica estetica dei videogiochi indipendenti il ricorso all'*hand-made*, che come per altre scene indipendenti è caratterizzato spesso da un risultato imperfetto nella composizione, per avvalersi di una forte aura di immediatezza e onestà. D'altronde, Costikyan ricorda come «independent rock fans may prefer sormewhat muddy sound over some lushly-orchestrated, producer-massaged score; independent film fans may prefer quirky, low-budget titles over big-budget special FX extravaganzas[286]». Questo rimanda alle nozioni di autenticità e autorialità dell'Indipendent Style, dove i videogiochi che abbracciano questo stile sono percepiti come più diretti e sinceri nel rapporto tra autore e fruitore, apprezzati nelle loro imperfezioni rispetto alla precisione matematica, fredda, inumana e preconfezionata identificabile nella costante ricerca del fotorealismo dei titoli tripla-A.

In ambito videoludico, è lo stile *hand-drawn* quello che più sembra esprimere immediata autorialità e autenticità di un gioco, utilizzando disegni fatti a mano realizzati con matite, penne, pastelli,

[286] Costikyan, Greg, *op.cit.*, 2005, p.2.

acquerelli o qualunque altro mezzo a disposizione (plastilina compresa), creati personalmente da sviluppatori e graphic designer senza il ricorso a mezzi digitali (se non in fase finale di digitalizzazione) al fine non solo di ridurre i costi di produzione, ma, appunto, per trasmettere un senso di genuinità e natura artigianale dell'immagine. Si tratta di uno stile in grado di adattarsi ad ogni genere e contesto, come dimostrano ad esempio i disegni "infantili" realizzati grezzamente con i pastelli nel puzzle *Crayon Physics Deluxe* (Petri Puhro, 2007), le *stick-figures* che animano il grottesco mondo western di *West of Loathing* (Asymmetric, 2017), le inquietanti composizioni dell'horror psicologico *Neverending Nightmares* (Matt Gilgenbach, 2014).

Dall'alto, frame da Crayon Physics Delux (2007), West of Loathing (2016), Neverending Nightmares (2014).

Per quanto possano di primo acchito risultare soluzioni semplicistiche e raffazzonate, in realtà gli esempi citati nascondono gameplay e narrazioni complesse, amplificati proprio dalle scelte grafiche. *Crayon Physics Deluxe* fa riferimento ad una generale idea del giocare con carta e pastelli, tipicamente infantile e materiale, riproponendo anche le pieghe del foglio che fa da sfondo agli oltre 70 livelli di gioco, rompicapi dalla difficoltà progressiva dove lo scopo è portare una pallina rossa verso una stella gialla, disegnando *qualsiasi cosa* possa condurre alla soluzione, massi cadenti, automobili stilizzate, catapulte, semplici rettangoli, ecc. A muovere il tutto è però un potente *engine* che gestisce le fisiche di ogni oggetto sullo schermo, e che richiede l'uso di processori dalla discreta potenza di calcolo, contrastando implicitamente l'apparente semplicità del gioco[287].

West of Loathing invece propone il classico gameplay di un RPG *open-world*, con tanto di statistiche dei personaggi, inventari per raccogliere centinaia di oggetti, mappe con decine di luoghi esplorabili, combattimenti a turni e dialoghi a scelta multipla, ma lo immerge in un mondo totalmente demenziale dagli espliciti riferimenti ai western e agli horror cinematografici, dove le mucche vengono possedute da finti Papi, i cavalli sono spesso ubriachi, la gente si trasforma in cactus, i morti tornano in vita, ed è disponibile l'opizione "Silly Walking", che farà camminare il protagonista come in uno dei più celebri sketch del *Monty Python's Flying Circus*. Anche in questo caso, il ridicolo stile grafico utilizzato, con i personaggi composti da bastoncini che si muovono in finti ambienti 3D realizzati in un «glorious black and white», come pubblicizza ironicamente il trailer[288], esalta e amplifica il contesto grottesco in cui è immerso il gioco, permettendo al giocatore di concentrarsi su narrazione e meccaniche.

[287] Juul, Jesper, *op.cit.*, 2014, p.2.
[288] Asymmetric Publications, *West of Loathing launch Trailer*, YouTube, 9 agosto 2017. (https://www.youtube.com/watch?v=GDmOmxv2U4k).

Neverending Nightmares è, tra gli esempi proposti, il caso che più dimostra come uno stile *hand-drawn* permetta la massima autorialità ad uno sviluppatore. Il giocatore impersona Thomas, un uomo che non fa altro che passare da un incubo all'altro, cercando in ogni maniera di svegliarsi, commettendo anche atti violenti contro sé stesso, come il tagliarsi le vene o asportare le proprie ossa dal braccio. Il suo autore, Matt Gilgenbach, concepisce *Neverending Nightmares* come una riflessione su di sé, in un tentativo di esorcizzare i pensieri autodistruttivi che lo hanno colpito durante un lungo periodo di forte depressione, rendendo il gioco quasi autobiografico. È lo stesso Gilgenbach, in un'intervista per GameSpot, a confessare queste sue intenzioni:

> «*I suffered very badly from 2001-2003, and everything felt completely bleak and hopeless. […] I am trying to create that feeling in* Neverending Nightmares*. […] I am channeling very specific imagery from intrusive thoughts that I've suffered from because of my OCD*[289]*. […] In my case, I've struggled with thoughts of violent self-harm. I've actually re-created some of my visions in the game like pulling the vein out of my arm or tearing out an arm bone. […] a lot of the themes of the game's story are obsessive worries that I constantly think about. I don't want to give too much away about the story, but I am definitely trying to make it very personal*[290]».

La grafica *hand-drawn*, basata su un fitto gioco di chiaroscuri e contrasti fra luce e ombra, dai tratti alle volte appena accennati e altre impressi con forza sul foglio, e costruita su una scala di grigi dove risaltano i pochi elementi colorati (il sangue, la fioca luce della candela che Thomas si porta appresso, gli oggetti interagibili) danno «al gioco un'impronta lugubre e disturbata, riuscendo a trasmettere l'ansia e l'angoscia del protagonista[291]», e, di rimando, la triste esperienza del suo autore.

1.3.2.3.3. *Cartoon Style*

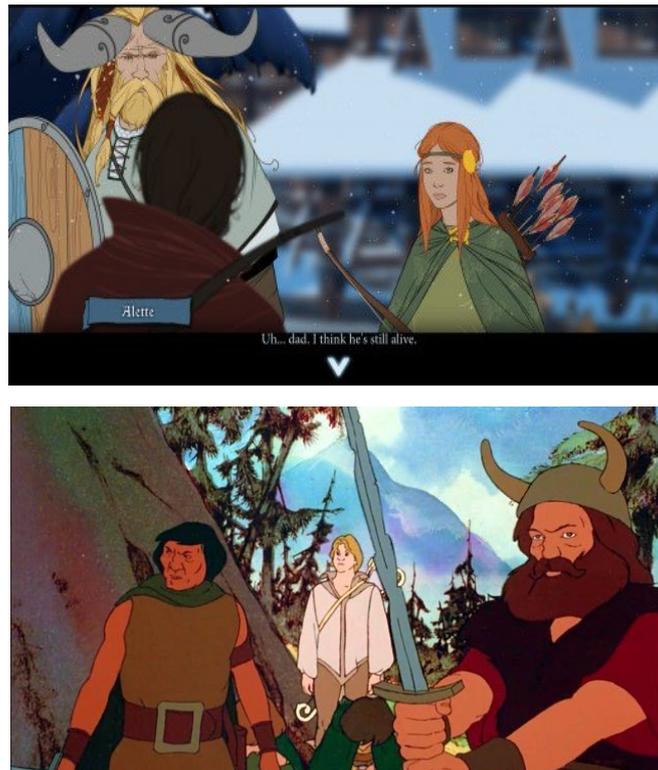
Simile all'*hand-drawn*, con cui spesso è equiparato, il *cartoon style* presenta invece delle particolarità che lo differenzia dagli altri stili, a partire dall'obiettivo che si prefissa, ovvero il ricreare l'estetica di fumetti e film di animazione, solitamente con fini nostalgici. Di conseguenza, viene ridimensionata la componente autoriale e l'aura di genuinità alla base dell'*hand-drawn*, puntando soprattutto sul citazionismo delle fonti a cui si fa riferimento. Il pluripremiato *The Banner*

---

[289] Acronimo usato in medicina per indicare disturbi mentali di carattere ossessivo-compulsivo

[290] VanOrd, Kevin, *Neverending Nightmares: How OCD Inspired a Psychological Horror Breakthrough*, Gamespot.com, 5 settembre 2013. (https://www.gamespot.com/articles/neverending-nightmares-how-ocd-inspired-a-psychological-horror-breakthrough/1100-6414083/).

[291] Nosenzo, Paolo*, op.cit*, p.70.

Saga (Stoic Studio, 2014), RPG strategico dalle forti componenti narrative, il cui successo ha portato al rilascio di altri due capitoli (rispettivamente nel 2016 e 2018), presenta uno stile grafico che riporta alla mente il film di animazione *The Lord of the Rings* (Ralph Bakshi, 1978), sensazione accentuata dal mondo di gioco, fantasy per quanto dai forti riferimenti alla mitologia vichinga piuttosto che a quella tolkieniana, data l'assenza di elfi, nani, draghi, orchi e altri cliché propri del genere.

Sopra, un frame da The Banner Saga (2014); *sotto, un fotogramma da* The Lord of the Rings (1978).

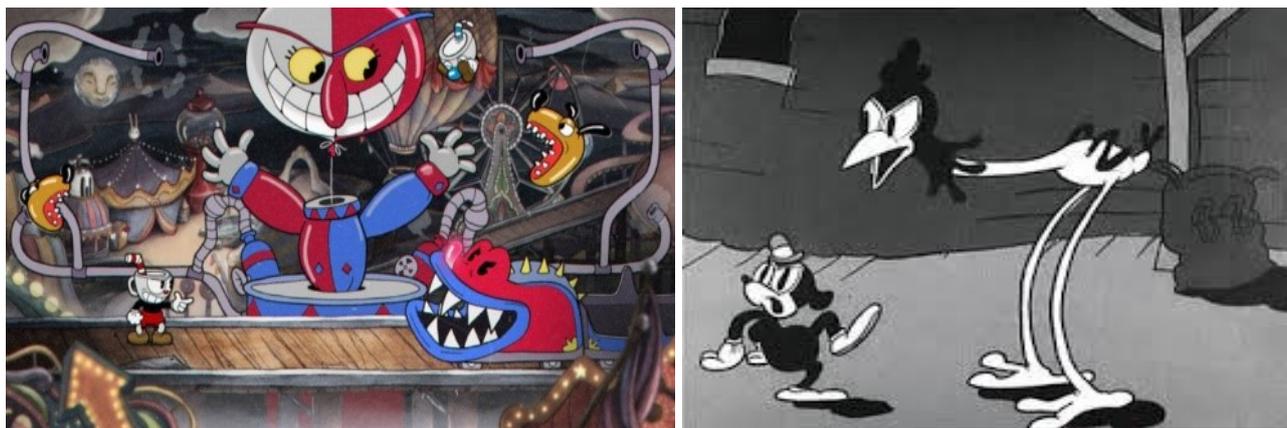
L'avventura grafica *Armikrog* (Pencil Test Studio, 2015) è tra i rari casi di grafiche realizzate interamente tramite la tecnica del passo uno (o stop motion), con l'animazione *frame-by-frame* di ogni singolo personaggio realizzato fisicamente in plastilina, oggetti e sfondi compresi. I riferimenti in questo caso sono doppi: da una parte, è evidente l'influenza stilista dei film della Aardman Animations, autrice dei corti con protagonisti Wallace & Gromit (1989-2008) e lungometraggi come *Galline in fuga* (2000) e *Shaun, vita da pecora* (2015); dall'altra, si tratta di un esplicito omaggio al videogioco di culto *The Neverhood* (The Neverhood, 1997) per PlayStation e PC, sviluppato dagli stessi lead designer di Pencil Test Studio, Mike Dietz e Ed Schofield, anch'esso realizzato con personaggi e sfondi creati in plastilina e animati in passo uno. Iniziato nel 2013, grazie a una campagna di crowdfunding su Kickstarter, dalla quale hanno ottenuto circa 975.000

dollari[292], *Armikrog* è stato realizzato in due anni e ha visto l'uso di più di 680 kili di plastilina nel solo 2014[293].

Dall'alto, *frame da* Armikrog (2015)*, dal film* Wallace & Gromit: la maledizione del coniglio mannaro (2006), *da* The Neverhood (1996).

Un'ingente mole di lavoro e materiali, condivisa dal recente *Cuphead* (Studio MDHR, 2017), *run'n'gun*[294] realizzato dai fratelli canadesi Chad e Jared Moldenhauer, ispirato allo stile dei film

[292] Armikrog, *Armikrog,* Kickstarter, 2013. (https://www.kickstarter.com/projects/armikrog/armikrog).
[293] Corcoran, Nina, "*Armikrog": Inside the Modern Claymation Gaming Revival*, RollingStone, 28 agosto 2015. (https://www.rollingstone.com/culture/culture-news/armikrog-inside-the-modern-claymation-gaming-revival-67003/).

d'animazione hollywoodiani anni Trenta, e in particolar modo dalle opere di Max Fleischer e le *Silly Symphonies* della Disney, di cui gli sviluppatori hanno cercato di mantenere il surrealismo delle figure e le deliranti e ambigue atmosfere, in un periodo in cui il codice Hays non era ancora entrato in vigore e gli animatori potevano disegnare senza alcuna restrizione creativa. In un estremo tentativo di emulazione, i Moldenhauer hanno lavorato seguendo diligentemente le tecniche di animazione utilizzate negli anni Trenta, disegnando a mano ogni frame e solo nelle fasi di colorazione finali sfruttando software come *Photoshop*. Lo sviluppo del videogioco è iniziato nel 2010, ed ha comportato sette anni di lavoro, durante i quali i fratelli hanno espanso progressivamente il loro studio fino a comprendere 14 componenti, ottenuto nel 2013 il supporto finanziario della Microsoft in cambio dell'esclusiva per Xbox One, e ingaggiato un'orchestra di 10 elementi guidata dal percussionista e compositore Kristofer Maddigan per la realizzazione della colonna sonora, anch'essa ricreata a partire dalle musiche utilizzate nei cartoni degli anni Trenta, più di tre ore di composizioni originali che spaziano dal ragtime al jazz fino ai quartetti vocali.

A sinistra, un frame da Cuphead (2017); *a destra, un fotogramma da un corto di Max Fleischer*.

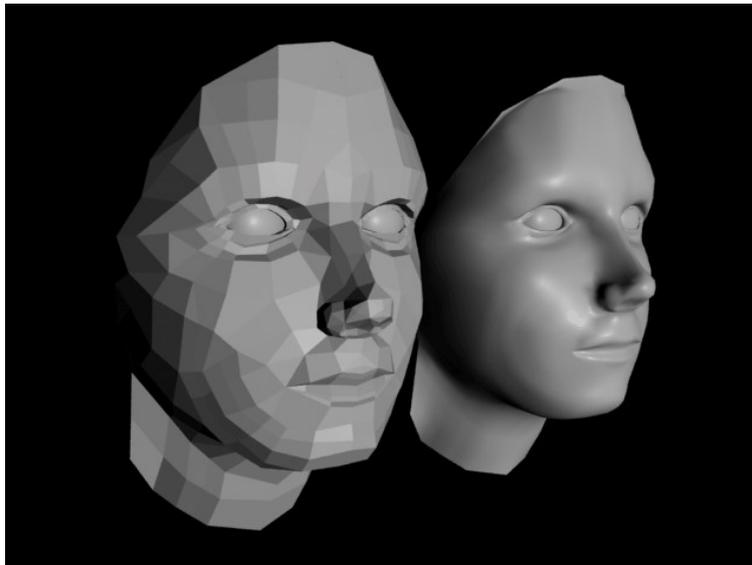
Il *cartoon style*, per quanto al momento non molto diffuso principalmente per l'enorme quantità di lavoro richiesta, risulta come una delle soluzioni visive contemporanee più affascinanti, nonché di successo artistico ed economico: *Cuphead* ha venduto oltre un milione di copie nelle prime due settimane dal rilascio[295] e superato i tre dopo dieci mesi[296], dimostrando l'interesse del grande pubblico verso simili produzioni.

[294] Sottogenere del *platform* di successo negli anni Ottanta e Novanta, vede i giocatori, piuttosto che evitare i nemici o saltargli sopra per eliminarli come in *Super Mario Bros*, sparare costantemente agli avversari e correre verso la fine del livello. Tra i titoli più celebri, le serie *Contra* (Konami, dal 1987) e *Metal Slug* (SNK, 1996)

[295] Moldenhauer, Chad, *Cuphead goes platinum*, StudioMDHR, ottobre 2017. (http://studiomdhr.com/cuphead-goes-platinum/)

[296] Moldenhauer, Ryan, *Cuphead goes triple platinum*, StudioMDHR, agosto 2018. (http://studiomdhr.com/cuphead-goes-triple-platinum/)

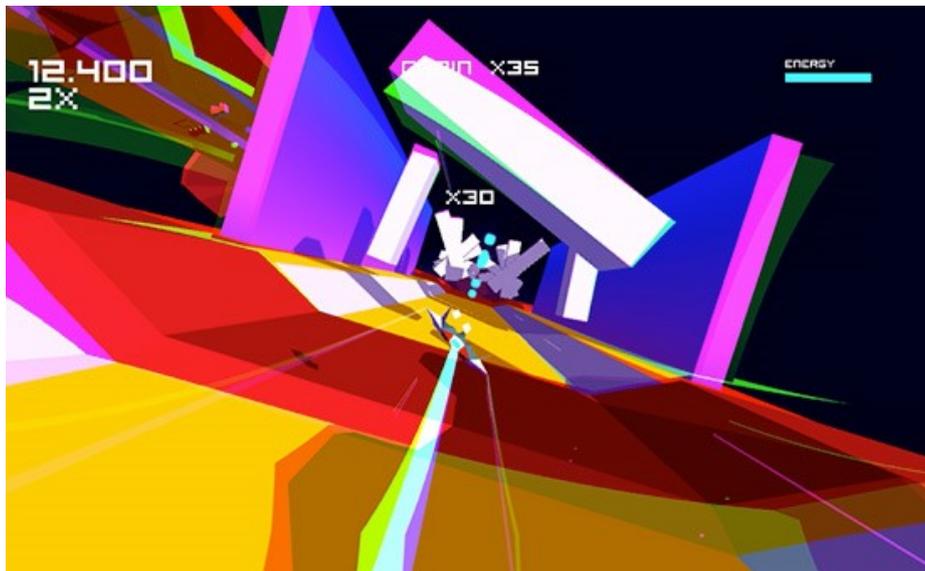
1.3.2.3.4. Low poly

Uno dei più recenti stili grafici adottati dagli studi indipendenti è il low poly, termine che si riferisce al numero di poligoni utilizzati per creare dei modelli 3D, inferiore a quanti normalmente vengono richiesti per la realizzazione in stile fotorealistico. Maggiore è il numero dei poligoni utilizzati, più sarà dettagliato il modello che si vuole riprodurre digitalmente.

A sinistra, un volto reso in low poly; a destra, lo stesso modello realizzato con un numero maggiore di poligoni.

Concretamente, il low poly è spesso utilizzato per creare ambienti e modelli tridimensionali complessi mantenendo una soddisfacente fluidità di movimento. Questo è dovuto al numero di ridotto di poligoni usati, e ad una conseguente minor entità di informazioni che scheda video e processore devono renderizzare per ogni immagine al secondo, dato indicato dal frame rate, che per gli standard moderni è in media di 60 fps (*frame-per-second*): di conseguenza, minori sono i poligoni, minori sono i tempi di rendering, più fluido risulterà il gioco.

Analogamente alla pixel art, il low poly è spesso utilizzato dagli sviluppatori con intento nostalgico, in riferimento ai primi titoli tridimensionali della seconda metà degli anni Novanta, come *Tomb Raider* (1996), *Resident Evil* (1996), *Grim Fandango* (1999), *Unreal* (1999), che utilizzavano un basso numero di poligoni non tanto per scelta, ma per limitazioni tecnologiche. In questo, è ben chiara la similitudine con la pixel art, utilizzata negli anni Ottanta/Novanta non solo a causa delle basse performance degli hardware del tempo, ma anche perché considerata come lo stile mainstream predominante, a differenza di oggi. «A particular visual style does not mean the same thing when executed twice, 25 years apart[297]», scrive Juul, aggiungendo che «[…] game-derived pixel style was popular in web design already around 1998 before it became a popular game style,

[297] Juul, Jesper, *op.cit.*, 2014, p.9.

suggesting that contemporary pixel style is dependent on a distance (temporal or in media) to the materials and styles it references[298]». Allo stesso modo, la low-poly contemporanea, a circa vent'anni di distanza dallo stile cui fa riferimento, va concepita in maniera diversa, e come per la pixel art, è corretto considerare anche la low poly come *a representation of a representation*, uno stile del passato rivisitato con le tecnologie moderne. Questo aspetto è sottolineato dal fatto che la realizzazione di grafiche low poly è comunque un processo complesso, che non si limita al proporre grafiche dai poligoni ridotti, ma li tratta anche con l'applicazione di numerosi filtri e soluzioni tecniche. Lo shooter *Futuridium EP* (Mixed Bag, 2014) presenta uno stile low poly ridotto al minimo che rievoca classici del genere come *Starfox* (Nintendo, 1993) e *Uridium* (Andrew Braybrook, 1986), ma trattato in fase di post-processing con svariati filtri e distorsioni, come motion blur, cromatic aberration, ghosting sui fondali, ombre dinamiche, tecniche impossibili da realizzare ai tempi dei videogiochi cui si ispira.

Futuridium EP

1.3.3. Sonoro

Per quanto spesso trascurato, il suono nei videogiochi riveste un ruolo essenziale per il pieno godimento dell'esperienza di gioco. Suoni e musica sono fattori importanti nella creazione del mondo di gioco, alimentandone il senso di causalità nel giocatore, sia in maniera diegetica (i rumori e i dialoghi che agiscono come feedback alle azioni del giocatore) che extradiegetica (fornendo con la musica un sottofondo emozionale). Fortificano l'impressione di immersività nel giocatore, potenziano lo storytelling e possono creare connessioni referenziali con altri contesti e media.

[298] *Ibid.*

Per Roman Graebsch[299], suoni e musica sono utilizzati dagli sviluppatori indipendenti per:

1) creare un senso di causalità nel gioco attraverso l'uso di suoni o musiche diegetiche;
2) comunicare creando un velo sonoro emozionale extradiegetico attraverso il quale il giocatore esperienza il gioco;
3) per legare il gioco a una cultura o tradizione esterna al gioco stesso.

I primi due punti, di natura funzionale, vengono utilizzati alla stessa maniera di ogni altro medium audiovisivo, siano musiche provenienti da una fonte sonora interna all'ambietazione, con la particolarità di essere spesso interattiva, o brani extradiegetici a sottolineare momenti drammatici, comici, orrorifici eccetera. Nei videogiochi, è presente anche un ulteriore livello funzionale, dove la musica agisce tra il diegetico e l'extradiegetico come feedback di un cambio di stato del gameplay. L'esempio più celebre è la momentanea invincibilità di Mario concessa dal raccogliere un power-up a forma di stella: per tutta la durata del potenziamento, vi sarà di sottofondo una musica dedicata, ritmata e calzante, al termine della quale viene ripristinata la condizione di vulnerabilità del personaggio giocante. Per quanto il cambio di status sia sottolineato anche graficamente, con Mario che lampeggia per la durata del potenziamento, è quello musicale il riferimento più immediato percepito dal giocatore.

Particolare è l'esempio del già citato *Hotline Miami*, che utilizza il contrasto tra musiche ritmate e silenzio improvviso per creare straniamento nel giocatore. Il gioco, nonostante trovi nella rappresentazione esplicita della violenza uno dei motivi del suo successo (si impersona un sicario e ogni missione consiste nell'eliminare fisicamente una qualche gang criminale a gruppo mafioso), in realtà chiede costantemente al giocatore di interrogarsi sulla brutalità delle proprie azioni: non vi sono giustificazioni nelle carneficine compiute, anche l'aspetto di "giustiziere" di killer di mafiosi e assassini, che per certi versi potrebbe dare un senso morale alla mattanza, è ben presto messo in dubbio dall'atmosfera allucinata che pervade l'intero gioco. Qui le musiche hanno un impatto fondamentale: durante lo svolgimento delle missioni, i ritmati e frenetici brani elettropop che accompagnano l'azione esaltano il giocatore in quella che diventa una brutale routine assassina. Gli scontri si svolgono così rapidamente e così tante volte (a causa anche dell'alto livello di difficoltà imposto dal gioco, che costringe a ripetere le missioni più e più volte) che l'atto di uccidere diventa spersonalizzato, con il giocatore che muove la sua controparte digitale quasi in stato di trance. Alla morte dell'ultimo nemico, la musica si ferma, regna il silenzio più totale. A differenza delle pratiche videoludiche usuali, che al termine di un livello tolgono momentaneamente l'interattività per

[299] Graebsch, Roman, *op.cit.*, 2013, p.27.

lanciare cut–scenes o calcolare il punteggio ottenuto, in *Hotline Miami* è prima necessario ritornare all'auto con la quale siamo arrivati, ripercorrendo a ritroso tutte le stanze superate e passare sopra i cadaveri menomati lasciati sul terreno: in questi pochi secondi, il giocatore viene messo di fronte al massacro che ha appena compiuto, situazione resa incredibilmente straniante dall'assenza di una qualsiasi musica.

1.3.3.1. Musiche

É sempre più diffusa la pratica di rilasciare le colonne sonore dei videogiochi come prodotti *stand-alone*, in un primo momento dopo l'eventuale successo commerciale del gioco, in tempi più recenti in contemporanea all'uscita di quest'ultimo, seguendo una precisa strategia commerciale decisa in fase di pre-produzione. La messa in commercio delle colonne sonore ad esempio di *Super Meat Boy* (Team Meat, 2010), *Bastion* (Super Giant Games, 2011), *Frozen Synapse* (Mode 7 Games, 2011), *Limbo* (Playdead, 2010), suggerisce una tendenza al comporre musiche per videogiochi in grado di uscire dal contesto di gioco stesso e avere interesse come oggetto a sé stante. La pratica è diffusa anche nell'industria mainstream, che spesso ricorre a compositori hollywoodiani per la realizzazione delle colonne sonore dei loro tripla-A[300], ma ciò che si vuole segnalare è come, nonostante l'ovvio aumento dei costi di sviluppo, molti sviluppatori indipendenti decidano di investire buona parte del risicato budget a disposizione nella realizzazione del comparto sonoro dei loro giochi, in controtendenza rispetto al passato.

Similmente per quanto accade con gli asset grafici, la comunità mette a disposizione banche dati di file audio e musiche liberamente utilizzabili. Jonathan Blow ha spesso citato il sito magnatune.com[301] come fonte delle musiche in *Braid* (2008). La scelta è stata presa in parte per motivi di budget, in parte per motivi estetici e funzionali: «I wanted songs that were long because if you're sitting in a level trying to solve a puzzle, often you're just sitting there for 10 minutes to try and figure something out. If there is this short, looping music that just repeats over and over, that's going to drive people crazy[302]». Più nello specifico, la musica per *Braid* doveva adattarsi alle meccaniche di riavvolgimento del tempo alla base del gioco: «I wanted the music to be composed with instruments that worked well with the rewind. When you rewind something, the song should

[300] Ad esempio, il premio Oscar Hans Zimmer è autore delle musiche per *Call of Duty Modern Warfare 2* (Infinity Ward, 2009).
[301] Link al sito ufficiale: http://magnatune.com/
[302] Tong, Sophia, *Spot On: The Music of Braid*, Gamespot.com, 13 settembre 2008. (https://www.gamespot.com/articles/spot-on-the-music-of-braid/1100-6197644/)

sound interesting going backwards, the texture of the instruments should be different and interesting going backwards and feel different[303]».

Quando economicamente possibile, buona parte degli studi indipendenti cerca soluzioni per includere musica originale nei loro giochi. Viene privilegiata una struttura che permetta il rilascio della colonna sonora come prodotto *stand-alone*, ad esempio orientando l'intera colonna sonora su specifiche canzoni legati a momenti topici del gioco, pezzi di circa due minuti con una chiara struttura di ritornelli e strofe, alle volte anche con dei testi. Le colonne sonore dei titoli tripla-A si rifanno all'esperienza hollywoodiana, comune ad alcuni dei loro autori, proponendo grandiose sinfonie orchestrali, mentre le produzioni indipendenti fanno particolare riferimento alla musica popolare. In alcuni casi, la canzoni possono avere funzione referenziale, posizionando il gioco nel contesto di una cultura o tradizione esistente al di fuori del gioco stesso, come quella cinematografica o fumettistica, o per indicare un preciso contesto storico.

Esemplificativo, in questo senso, il ricorso agli *8-bit sounds*, i suoni tipici dei primi giochi per computer, minimali e diretta conseguenza delle limitatezze tecniche dell'hardware dei tempi, allo stesso modo della controparte grafica. Il loro diffuso utilizzo tra gli indipendenti ha banalmente origine nelle scarse disponibilità economiche e tecniche degli sviluppatori, nonché nelle loro intenzioni nostalgiche, collegate alla pixel art cui sono indissolubilmente legate nella memoria dei giocatori. Maël Guesdon e Philippe Le Guern, ragionando sulle relazioni tra la musica pop contemporanea e del passato, sottolineano le potenzialità pratiche e di mercato dell'uso di riferimenti musicali di epoche passate che, da un punto di vista estetico, mettono a disposizione «plenty of material which can be made easily available and can potentially reach an already familiarised audience», e da un punto di vista tecnologico, il numero crescente di hardware e software in grado di catturare e rimasterizzare frammenti di suoni e la presenza di filtri audio che ricreano digitalmente il suono di vecchi strumenti, «facilitates the reproduction of a sound marker calling to mind a specific era or style[304]».

Anche in ambito videoludico, così come per la controparte grafica, sono soprattutto queste le principali motivazioni per le quali gli 8-bit sound continuano a essere tra i preferiti dagli sviluppatori indipendenti, il tutto allo scopo di permettere una più forte e completa referenzialità nostalgica. I risultati sono piuttosto eterogenei, arrivando a includere approcci minimali e quasi impercettibili come in *Limbo* o *FTL-Faster Than Light*, o eclettici come in *Botanicula* (Amanita

[303] *Ibid.*
[304] Guesdon, Maël, Le Guern, Philippe, *Retromania: Crisis of the Progressive Ideal and Pop Music Spectrality*, in Niemeyer, Katharina, *Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future*, Palgrave Macmillan UK, 2014, pp.70-71.

Design, 2012), fino a rivisitazioni di opere classiche in *chiptune music*, nel caso di *Fez* che si conclude con la versione 8-bit del *Preludio in Mi Minore (Op.28, N.4)* di Chopin.

1.3.4. Meccaniche

Secondo Miguel Sicart, per *game mechanics* si intendono «methods invoked by agents for interacting with the game world[305]», sottolineando come l'aspetto principale in questo caso sia il coinvolgimento del giocatore. In un videogioco indipendente, l'interazione di qeust'ultimo varia tra due estremi, il complesso e il minimalista. si spazia da giochi dove è richiesta la pressione di un unico tasto, come in *Canabalt* (Adam Saltsman, 2009), dove l'unica meccanica concessa è far saltare il nostro avatar, a opere che offrono molteplici possibilità di azione, come nel complesso gestionale *Dwarf Fortress* (12Bay Games, 2006), che permette un numero elevatissimo di possibilità e dinamiche.

Sopra, un frame del minimale Canabalt; *sotto*, *un frame del complesso* Dwarf Fortress.

Alcuni tra i giochi indipendenti di maggior successo si contraddistinguono per l'approccio minimalista a una o poche meccaniche centrali, scelto per motivazioni artistiche, nostalgiche o di

[305] Sicart, Miguel, *Defining Game Mechanics*, in *Game Studies*, Vol.8(2), dicembre 2008. (http://gamestudies.org/0802/articles/sicart)

sperimentazione, ma la scena è molto varia e basso budget non significa poca complessità di gameplay. Ciononostante, buona parte dei giochi indipendenti è ascrivibile, per l'approccio alle meccaniche, ai *minimalistic games*, definiti da Andy Nealen et alt. come «games [that] have small rulesets, narrow decision spaces, and abstract audiovisual representations [...], where every element of the game contributes to the play experience in some meaningful, deliberate way[306]». Tali caratteristiche si adattano perfettamente alle costrizioni produttive tipiche dello sviluppo indipendente, e sono spesso legati a soluzioni minimali anche per gli aspetti grafici (siano essi astratti o stilizzati) e sonori (principalmente nell'utilizzo degli 8-bit sounds).

Non avendo obblighi con publisher o investitori, e non dovendo soddisfare un mercato che chiede generi e gameplay codificati e familiari, lo sviluppatore indipendente può permettersi di sperimentare con meccaniche, a differenza dei titoli tripla-A, concepiti per essere venduti alle masse. Anche da qui nasce la percezione, idealizzata, che i giochi indipendenti contengano più elementi "innovativi" che la grande industria. Innovazione è però un concetto spesso soggettivo, e il termine può essere utilizzato correttamente anche per giochi tripla-A (ad esempio per *Super Mario 64*), come sottolinea Stern: «every game ever created that wasn't just a straightforward clone of something else did something different. Whether or not that difference was "innovation" is entirely subjective, and not a firm foundation for defining a category of games[307]».

A distinguere i giochi indipendenti è però l'approccio alle meccaniche e al gameplay. Innanzitutto, spesso tali giochi nascono da una particolare idea di interazione del giocatore. *VVVVVV* (Terry Cavanagh, 2010), ad esempio, è un platform 2D, ma presenta una particolarità: non vi sono pulsanti dedicati al salto, meccanica standard per il genere. Per proseguire, il giocatore deve risolvere una serie di puzzle ruotando l'intera ambientazione di gioco ed evitando gli ostacoli. *VVVVVV* sembra quindi offrire una meccanica unica, mentre in realtà è ripresa dal gioco *Metal Storm* (Irem Corporation, 1991). Ciò che differenzia i giochi indipendenti da altri con simili meccaniche, è come queste vengano usate e di come diano forma al gioco attorno a loro: gli sviluppatori hanno preso una meccanica e si sono assicurati che tutto nel gioco sia a suo supporto, tagliando tutto ciò di non rilevante, un approccio minimalista al game design spesso rispecchiato anche negli stili grafici e sonori adottati. L'innovazione non è nella meccanica in sé, ma lo è il focalizzarsi completamente intorno ad essa e l'esplorare ogni suo possibile utilizzo.

---

[306] Nealen, Andy, Saltsman, Adam, Boxerman, Eddie, *op.cit.*, 2011, p.38.

[307] Stern, Craig, *What makes a game independent: a universal definition*. Sinister Design, 22 agosto 2012. (http://sinisterdesign.net/what-makes-a-game-independent-a-universal-definition/)

Inoltre, molte meccaniche vengono utilizzate al di fuori di generi e contesti nelle quali sono più comuni. La meccanica di riavvolgimento del tempo di *Braid*, per quanto ispirata a *Prince of Persia: The Sand of Time* (Ubisoft, 2003), non era mai stata utilizzata in un platform 2D. In definitiva, le meccaniche spesso scelte dagli sviluppatori indipendenti sono meccaniche non usate comunemente nei rispettivi generi.

1.4. La cultura indipendente

Discuteremo in questa sezione di come gli sviluppatori indipendenti diano forma e significato ai loro giochi, come sono organizzati nei confronti dell'industria videoludica, e le relazioni con la loro audience. In altre parole, il modo in cui gli sviluppatori definiscono il termine indipendente e come questo viene percepito dalla comunità di giocatori.

Da una prospettiva socio-economica, come descritta da Pedercini, si sta verificando una *soft revolution* dei lavoratori creativi non soddisfatti delle attuali condizioni lavorative, perché vi è «a creativity that exceeds the ability of the capital to commodify it[308]». La scena indipendente si è formata quando una serie di sviluppatori hanno intenzionalmente lasciato i loro posti nell'industria tripla-A per competerle, direttamente o indirettamente. Questa scena si è formata per motivazioni non solo economiche (anzi), ma soprattutto per soddisfazioni personali come fama, reputazione, libertà creativa, elogio critico. Secondo Pedercini, il capitale (qui l'industria tripla-A) reagisce ristrutturandosi allo scopo di beneficiare dei nuovi prodotti culturali. Canali di distribuzione come XBLA, PlayStation Network, Steam o Apple AppStore sono esempi di questa evoluzione, dove la vecchia dipendenza dai publisher è stata sostituita da una nuova dipendenza dalle entità corporative[309].

Ciononostante, il cuore del concetto di indipendente è l'abilità di lavorare su un gioco con la totale libertà creativa nelle mani dello sviluppatore stesso. Seguendo la teoria degli autori, gli sviluppatori possono distinguersi, sia individualmente che come piccolo studio, tramite il proprio lavoro[310]. Gli sviluppatori indipendenti difficilmente compromettono la loro visione al fine di raggiungere una più vasta audience con i loro giochi, ne tanto meno permettono che un determinato pubblico influenzi le loro scelte estetiche: cercano piuttosto di creare il gioco che immaginano e lasciano che questo definisca la propria audience.

1.4.1. La comunità indipendente

Dietro al mercato indipendente è presente un'intera sottocultura che lo sostiene, e che è fondamentale per la sua sopravvivenza. Far parte di una comunità significa appartenere a un movimento sociale che condivide l'interesse verso il proprio lavoro, e questo porta una serie di

[308] Pedercini, Paolo, *Toward Independence*, IndieCade 2012, 2012. Trascrizione al link: http://www.molleindustria.org/blog/toward-independence-indiecade-2012-microtalk/
[309] *Ibid.*
[310] Ashcraft, Brian, *The Search For The Video Game Auteurs*, Kotaku, 22 febbraio 2010. (http://kotaku.com/5477174/the-search-for-the-video-game-auteurs)

vantaggi, a cominciare dalla possibilità di condividere reciprocamente network e contatti, creando una fonte di conoscenza difficilmente ottenibile altrimenti. Lo scambio di informazioni può essere sia di natura tecnica (tramite consigli e condivisione di codici) che pertinente a opportunità di lavoro e strategie di marketing. Queste pratiche fanno parte dell'etica indipendente, che forma la comunità e dona agli sviluppatori un senso di identità e supporto morale. Sul piano culturale, "essere indipendenti" significa dedicarsi a un approccio non competitivo basato su mutua motivazione, fiducia e supporto[311]. Guevara-Villalobos analizza lo sviluppo indipendente inteso come pratica comunitaria, dove le comunità di sviluppatori indipendenti sono

> «*inter-embedded networks, each one providing a space (virtual and/or physical) where they construct shared meaning and trust, but they also negotiate the construction, distribution and transference of hard and soft assets […], led by their passion for game design*[312]».

Le considerazioni di Nicklas Nygren, sviluppatore di *Knytt* (2006) e i suoi seguiti, sembrano condividere quelle di Guevara-Villalobos: «the really cool thing is I have this really awesome community. Lots of people there who want to help me out with stuff too. So in *Knytt Underground* I got loads of help from people submitting extra graphics and cool stuff like that[313]».

Non solo, costruire una comunità e sfruttarne il passaparola diventa vitale per la diffusione dei propri videogiochi, a cominciare dalle fasi di produzione, lasso di tempo nel quale spesso gli utenti commentano e suggeriscono idee e soluzioni ai problemi, fornendo feedback allo sviluppatore e spronandolo. In questo, diventa fondamentale l'uso dei social network. per uno sviluppatore indipendente è buona pratica presentarsi in modo schietto e diretto, tenendo aggiornato un *development blog*, cercando di creare interesse non solo nel gioco in sé e fornendo contenuti che spingano i visitatori a ritornare. Infine, grazie al crowdfunding e all'Early Access, la comunità può anche essere fonte di finanziamento.

1.4.2. Festival e Game Jam

Per aiutare a crescere e promuovere la comunità indipendente, si sono diffuse col tempo una serie di pratiche ed eventi come Game Jam e festival dedicati. Con Game Jam si intende un raduno di sviluppatori, artisti e altri creativi che per un breve periodo di tempo (solitamente 48 ore) creano

---

[311] Guevara-Villalobos, Orlando, *op.cit.* 2011, p.10.
[312] *Ivi*, p.3.
[313] Graebsch, Roman, *op.cit.*, 2013, p.53.

collettivi allo scopo di sviluppare uno gioco attorno da un tema centrale, che spazia da argomenti politici e sociali ad aspetti estetici. «Designed to encourage experimentation and innovation in the game industry[314]», le Game Jam esemplificano perfettamente l'ideale e l'etica di collaborazione e condivisione "giocosa" della comunità indipendente. La più importante a livello globale è la Global Game Jam, evento non competitivo che si tiene annualmente dal 2009 in contemporanea con diversi stati del mondo[315], allo scopo di stimolare la collaborazione e la sperimentazione in ambito videoludico.

Condividendo la filosofia alla base di festival indipendenti in altri contesti (ad esempio, il *Sundance Film Festival* per il cinema), a partire dalla fine degli anni Novanta sono stati istituiti eventi come *IGF – Independent Game Festival* o *IndieCade* al fine di dare visibilità alla produzione videoludica indipendente. Lo statuto dell'*IndieCade* sottolinea come l'obiettivo del festival sia di

> «*encourages, publicizes, and cultivates innovation and artistry in interactive media, helping to create a public perception of games as rich, diverse, artistic, and culturally significant. IndieCade's events and related production and publication programs are designed to bring visibility to and facilitate the production of new works within the emerging independent game movement*[316]».

Spesso in forma competitiva, in queste occasioni vengono selezionati ed esposti i migliori giochi che liberamente sottoposti alle giurie, per quanto ogni festival abbia le sue regole di accettazione. Mentre per l'*IGF* non viene proposto un chiaro concetto di "indipendente", lasciando alla giuria «the right to refuse any game at its sole discretion[317]», inizialmente all'IndieCade era escluso ogni gioco che avesse ricevuto finanziamenti da uno dei grandi publisher presenti sulla lista dei membri dell'ESA - Entertainment Software Association[318]. Al momento, il regolamento risulta meno chiaro, spesso in contraddizione, ulteriore segno di come la definizione di videogioco indipendente sia sempre più confusa. Lo riportiamo nella sua interezza:

> «*independent projects are projects that come from the heart, that follow a creative vision, rather than a marketing bottom line. Independent developers are not owned by or beholden to outside forces. This means that they generally have smaller budgets than mainstream games or media, but they also have the freedom to innovate and to enlarge*

---

[314] Independent Game Jam, *sito ufficiale* (http://www.independentgamejam.com/)

[315] Alla Global Game Jam del gennaio 2018 erano presenti 108 paesi, che hanno portato alla creazione di 8.606 giochi in un solo weekend. (https://globalgamejam.org/about).

[316] IndieCade, *About IndieCade*, 2018. (https://www.indiecade.com/2018-games/about-draft-2/).

[317] IGF - Independent Game Festival, *IGF Competition Rules*, 2018. (http://www.igf.com/igf-competition-rules).

[318] ESA - Entertainment Software Association, *ESA Membership*, 2018. (http://www.theesa.com/about-esa/members/). L'associazione di categoria dell'industria videoludica statunitense.

our conception of interactive media and its audiences. independent developers can run the gamut from artists, to academic researchers, to students, to emerging development studios striving to make the next big independent hit, and to developers with strong AAA backgrounds. They can be one person or a large team. They may be internally funded, funded by crowdsourcing, funded by a studio that produces mainstream work, by an association with a university, school or non–profit institution, funded by grants or private investors, or not funded at all! The key is that they create interactive media based on their own unique vision[319]».

Ciononostante, partecipare e vincere i premi di questi concorsi è molto significativo per gli sviluppatori indipendenti. Oltre al premio in denaro, è importante per la promozione del proprio gioco e apre le porte a distribuzioni più grandi. Infine, i festival permettono aggiornamenti sulle attività e sullo stato dell'arte dello sviluppo indipendente, ospitando conferenze con sviluppatori e studiosi come l'*Independent Game Summit*, che si tiene durante l'*IGF*.

1.4.3. Espressione artistica e autorialità indipendente

Non solo i giochi indipendenti vengono analizzati in relazione all'industria mainstream[320], ma anche nel contesto sociale e intertestuale dell'arte e del suo consumo. In tal senso, secondo Ewan Kirkland i giochi intesi come prodotti culturali sono «subject to the same processes of judgment, classification, and categorization as other artistic products[321]». È evidente un'ambizione artistica nella tendenza dei giochi indipendenti a esplorare nuove tematiche ed evocare una varietà di emozioni nei propri giocatori. Per Kirkland, la qualità artistica è identificabile quando un gioco «reproduces certain styles of production, evokes particular consumption practices, and encourages specific critical responses traditionally regarded in this manner[322]». Il discorso intertestuale sul gioco condivide una serie di valori con altre culture artistiche riconosciute: il focus sull'autorialità individuale, lo sperimentalismo, gli effetti emozionali verso il fruitore, i discorsi attorno a contenuti morali e filosofici.

Lindsay Grace parla di indipendenza come forma di devianza, manifestata «in their insistence to be free from standards and their effort to escape conventional play experiences[323]»: l'espressione artistica è una delle forze che allontana i giochi indipendenti da similitudini con i giochi mainstream

[319] IndieCade, *Submission FAQ*, 2018. (https://www.indiecade.com/Submissions/FAQ).
[320] Martin, Chase Bowen, Deuze, Mark, *op.cit.*, 2009, pp.278-279.
[321] Kirkland, Ewan, *Discursively Constructing the Art of Silent Hill*, in *Games and Culture*, Vol. 5(3), 2010, p.315.
[322] *Ibid.*
[323] Grace, Lindsay, *op. cit.* 2011, p.10.

dedicati a un'audience di massa[324]. Questo aspetto beneficia lo sviluppatore, non solo per ragione intrinseche e non pecuniarie, ma anche aumentando l'importanza e il valore di un dato gioco così come viene percepito dall'audience. Kirkman afferma anche che «the mantel of "art" inflates the importance of both the culture labeled as such and the individuals who consume it[325]». Diviene così naturale che uno sviluppatore indipendente cerchi di utilizzare la libertà artistica di cui dispone per aggiungere valore artistico al proprio gioco, aumentandone il valore in generale.

L'autorialità acquista sempre più importanza. Nygren afferma che «to me, what independent is, is where every person involved in a project has the chance to express him or herself within that barrier. It is a lot about it not being an industry[326]». L'autorialità artistica permette di ricevere fama e acclamazione critica ricercata individualmente come creatori di un prodotto culturalmente notevole. Gli sviluppatori indipendenti si basano sull'audience e sulla comunità per pubblicizzare il proprio gioco, presentandosi personalmente come creatori e artisti dei loro prodotti e come membri della stessa scena indipendente. Nel presentare il loro approccio originale e distintivo, basato sull'espressione di sé e sulle proprie visione creative, gli sviluppatori, coscienti o meno, stabiliscono autenticità per sé stessi[327]. Questa autenticità alimenta il sentimento di identità sociale all'interno della comunità, e aiuta nell'attrarre l'attenzione di potenziali clienti, critici e altri sviluppatori. Poiché la natura di indipendente è condizionata dalla percezione di autenticità che ne ha l'audience[328], in una scena che si fa sempre più grande e influente, l'autenticità potrebbe diventare uno dei principali fattori di differenziazione per definire cosa è "indipendente" o meno[329].

---

[324] *Ibid.*
[325] Kirkland, E., *op.cit.,* 2010, p.320.
[326] Graebsch, Roman, *op.cit.*, 2013, p.59.
[327] Jones, Candace, Anand, N., Alvarez, Josè Luis, *Manufactured Authenticity and Creative Voice*, in *Cultural Industries. Journal of Management Studies*, Vol.42(5), 2005, pp.893-899.
[328] Martin, Chase Bowen, Deuze, Mark, *op.cit.*, 2009, p.288.
[329] Polygon Staff, *The State of Games: State of Indies,* The Verge, 2012. (http://www.theverge.com/gaming/2012/7/3/3132109/the-state-of-games-state-of-independents)

1.5. Riepilogo

Per quanto, in teoria, l'assenza di un publisher o un investitore rimanga una delle caratteristiche più diffuse e riconosciute per determinare se uno sviluppatore o un gioco possono essere considerati indipendenti, risulta impossibile nella pratica non scontrarsi con le limitazioni del mercato (come le regole imposte dai portali digitali) e altre forme di dipendenza (ad esempio tecnologica).

Anche il successo commerciale del movimento è stato favorito da Microsoft e il suo servizio Xbox Live Indie Games, mentre il settore mobile, inizialmente favorevole alla distribuzione di giochi indipendenti, si è subito trasformato in un'arena dove a regnare sono pochi grandi agglomerati multimediali. La saturazione di titoli, soprattutto su Steam e su mobile, e la sempre più difficile riuscita delle campagne di crowdfunding, viste inizialmente come concreta alternativa ai publisher, stanno cambiando lo scenario della produzione videoludica. Sempre più titoli indipendenti vengono prodotti con il supporto di publishers – ad esempio *Ori and the Blind Forest* (Moon Studios, 2015) con Microsoft; *Everybody's Gone to the Rapture* (The Chinese Room, 2015) con Sony; *Unravel* (ColdWood Interactive, 2016) con EA; *No Man's Sky* (Hello Games, 2016) con Sony; *Cuphead* (Studio MDHR, 2017) con Microsoft – ma in questi casi il fattore distintivo è il controllo creativo e chi ne detiene il potere: qualora la presenza di investitori non imponga limitazioni ai contenuti, al genere, all'audience di riferimento durante le fasi produttive, il gioco così sviluppato può essere considerato indipendente. L'indipendenza nella produzione non è nella proprietà (del proprio IP, del proprio studio), ma nella creatività.

In ogni caso, in media i budget per le produzioni indipendenti restano molto bassi, in confronto agli investimenti da centinaia di milioni di dollari per i titoli tripla-A. Questo comporta anche il lavoro con un team ridotto, che se da un lato limita obiettivi e intenzioni, dall'altro consente un più stretto legame tra sviluppatore e gioco stesso, nonché di creare agli occhi della comunità una forma di identità autoriale e artistica, fondamentale non solo come gratificazione personale ma anche in ottica commerciale, intesa come tratto distintivo e riconoscibile e quindi più spendibile. Il fatto che gli sviluppatori indipendenti, nella maggior parte dei casi, si basino direttamente su risparmi personali o sui ricavi delle vendite dei loro giochi precedenti, investendo tempo e denaro proprio senza alcuna rete di salvataggio in caso di insuccesso, amplifica il senso di responsabilità e autorialità dello sviluppatore.

La crescita potenziale del mercato e la più concreta possibilità di guadagno, portano anche allo sviluppo di giochi indipendenti dall'approccio altamente professionale, aumentando le aspettative medie dell'utenza e rendendo ancor più confusi i confini identificativi, che possono essere ristretti dall'analisi estetica dei giochi come oggetti.

Per quanto non vi siano limitazioni nella scelta delle estetiche utilizzate nei giochi indipendenti, portando ad un panorama estremamente eterogeneo di combinazioni tra stili grafici, uso della colonna sonora e sperimentazione delle meccaniche, è possibile individuare delle caratteristiche comuni a buona parte dei titoli indipendenti.

La principale è quella dell'esplicita nostalgia degli sviluppatori nei confronti dei giochi della loro infanzia, per lo più relativi all'era degli 8 e 16-bit, che si manifesta nell'uso della pixel art spesso combinata a musiche 8–bit e una ripresa di generi e meccaniche del tempo. Non si tratta però di mere riproduzioni, ma di rimediazioni di stili passati realizzate con tecnologie contemporanee, al fine di creare esperienze di gioco inedite pur mantenendo un aspetto retrò. In un crescente numero di casi, questa rimediazione diventa anche discorso critico, di protesta verso lo status quo dell'industria contemporanea, di riflessione sulle pratiche di game design, sulla stessa cultura videoludica, a testimonianza che il medium videogioco, dopo quasi cinquant'anni di storia, è ormai una forma d'arte matura in grado di interrogarsi su sé stessa e sul proprio passato. L'entrata sulle scene di una nuova, giovane generazione di sviluppatori, cresciuta giocando non più con le console 8 e 16-bit ma con le grafiche poligonali 3D della PlayStation, sta già cominciando ad affiancare alla pixel art nuovi stili come il low poly, arricchendo ulteriormente il già vasto panorama presente sulla scena indipendente.

Una seconda caratteristica, nata anche dalle ristrettezze economiche, è l'approccio minimalista ai vari aspetti di un gioco, nel tentativo di ridurre gli elementi superflui per dedicarsi alla sperimentazione di esperienze quanto più possibile uniche e originali, non necessariamente innovative, ma decisamente inedite, anche in questi casi spesso prendendo ispirazione dal passato.

Infine, il desiderio degli sviluppatori di comunicare con i propri giochi un senso di genuinità e artigianalità, rappresentato dall'uso dello stile *hand-drawn*, che più di altri permette di esprimere la personalità e l'estro creativo dei propri autori.

Nostalgia critica, minimalismo sperimentale, desiderio di riconoscimento artistico, sembrano essere i tratti distintivi su cui si sviluppa la produzione videoludica indipendente contemporanea dal punto di vista estetico. Fattori che vengono però riconosciuti esternamente, dall'utenza, dalla critica, e soprattutto dalla comunità. Parlare di giochi e sviluppatori indipendenti tralasciando gli aspetti comunitari e i background culturali non rende giustizia al termine. I vantaggi derivanti dal far parte di una comunità sono invece fondamentali per gli sviluppatori indipendenti, non solo come supporto tecnico e fonte di informazioni, ma anche per la pubblicizzazione dei propri giochi. Creare interesse nelle proprie opere – sperimentando con gli stili visivi e le meccaniche, ad esempio –, partecipare a raduni, eventi, gamejam è fattore decisivo per gli sviluppatori per essere riconosciuti,

così come portare in primo piano le proprie storie personali, sfruttando le possibilità dei social network, raccontando sé stessi e i loro giochi. In un mercato sempre più colmo di titoli, e dalla qualità media di buon livello, esprimere con sincerità le proprie intenzioni è spesso la strategia migliore per distinguersi dalla massa. Autenticità e autorialità, determinate non tanto dalle condizioni produttive ma piuttosto dalle intenzioni estetiche, è forse al momento il maggior fattore discriminante per uno sviluppatore che si definisce indipendente.

Capitolo 2
IL VIDEOGIOCO IN ITALIA

In questo capitolo si vuole esaminare la storia del videogioco italiano, al fine di dimostrare l'importanza del contesto contemporaneo che verrà preso in considerazione più approfonditamente nel capitolo successivo. Dalle condizioni produttive e culturali degli anni Ottanta, dominate da *bedroom coders* e mortificate dalla pirateria e da istituzioni assenti, passando per i cambiamenti di mercato e l'imposizione del modello tripla–A, insostenibile per le nostre software house negli anni Novanta, fino alla forte crisi degli anni Duemila, dove i pochi studi attivi sono costretti a compromessi con il mercato b2b e si concretizzano le maggiori problematiche che, nonostante alcuni timidi miglioramenti, persistono tutt'ora, per quanto spesso mascherati da abili operazioni di marketing.

2.1. Evoluzione del videogioco italiano

La scena videoludica italiana, dal punto di vista produttivo e culturale, è sempre rimasta in secondo piano rispetto ad altri Paesi. Ostacolato fin dagli esordi da una scarsa considerazione non solo delle istituzioni governative, accademiche, industriali, ma anche di parte degli addetti ai lavori[330], il videogioco in Italia ha seguito le mode internazionali, riprendendo spesso estetiche e meccaniche di giochi di successo e raramente introducendo elementi di novità, solitamente legati a riferimenti alla realtà locale, e quindi poco esportabili. Si veda ad esempio alcuni videogiochi sviluppati per Idea Software, come *Bomber Bob* (1990), shooter che nella cut–scene introduttiva presentava come sottofondo musicale la canzone *Esatto!* di Francesco Salvi, o i platform tratti da fumetti più celebri in Italia che all'estero (*Lupo Alberto*, *Cattivik*, *Sturmtruppen*). Antonio Farina, che di Idea, nata in seno a Leader Distribuzioni nel 1989, era il responsabile, ricorda che «si trattava di cose note in Italia ma non molto all'estero, per cui erano prodotti che, pur ambendo a essere internazionali, avevano per alcuni aspetti una valenza maggiormente locale. [...] È chiaro che la canzone di Salvi fuori dall'Italia non la conosceva praticamente nessuno: si trattava di operazioni di marketing per cercare di valorizzare maggiormente i prodotti e inventarsi qualcosa che potesse aiutare un po' a

[330] Ricorda Riccardo Albini gli esordi alla direzione della rivista *Video Giochi* (1983): "Da un lato sapevo che c'era gente con le giuste competenze linguistiche e un'adeguata conoscenza della materia, ma dall'altro ero conscio che la maggioranza di loro – giornalisti professionisti che firmavano articoli su *Mondo Informatica*, per capirci – considerava i videogiochi fuffa per bambini o tutt'al più una moda trascurabile", in Reiser, Costanzo Colombo, *Breve storia del giornalismo videoludico italiano*, PrismoMag, 24 novembre 2015. (http://www.prismomag.com/riviste-di-videogiochi-in-italia/)

spingerli. [...] *Lupo Alberto*, per esempio, era comunque un platform "carino", poteva andare ovunque nel mondo, però è chiaro che le grosse vendite erano state fatte nel nostro paese a causa della notorietà del personaggio[331]».

Agli inizi si trattava di una situazione obbligata, dovendo colmare il gap produttivo rispetto le altre industrie videoludiche (principalmente Stati Uniti, Regno Unito, Francia e Giappone). Riccardo Albini, fondatore dello StudioVit, tramite il quale dirigerà alcune delle più importanti riviste videoludiche italiane tra gli anni Ottanta e Novanta come *Video Giochi*, *Zzzzap!*, *Game Power, K*, *Zeta*, ricorda: «I videogiochi li scoprii negli USA. Intorno al 1979 partii per San Francisco, dove rimasi per un anno e mezzo e dove constatai l'ampiezza raggiunta dal fenomeno: c'erano sale giochi ovunque, tra cui una enorme che dava su Market Street, in cui si percepiva chiaramente l'entusiasmo per titoli come *Space Invaders* e *Asteroids*; sul piano mediatico i giornali ne scrivevano quotidianamente, anche e soprattutto il *Wall Street Journal*: già allora erano un business. Un confronto diretto con l'Italia era improponibile, tuttavia intuii che lo stesso fermento che avevo registrato in America prima o poi sarebbe arrivato anche da noi. Cosa che effettivamente avvenne a partire dalla fine del 1980, prima grazie allo sbarco in Italia dell'Atari 2600 [1980], e poi del Mattel Intellivision [luglio 1982][332]». É bene sottolineare come in questo caso Albini si riferisca alla messa sul mercato di console casalinghe: i videogiochi erano già diffusi in molte sale giochi come cabinati dalla seconda metà degli anni Settanta, prodotti e distribuiti da ditte come la Zaccaria e Bertolino, creati su licenza o originali. Bisogna inoltre considerare come in Italia siano stati prodotti alcuni dei primi "cloni" di *Pong* (Atari, 1972), come *Ping–O–Tronic* della Zanussi (1974), sviluppato su licenza della Atari, cui è seguita una seconda versione nel 1977, *Play–O–Tronic*, di cui furono vendute quasi 22.000 unità in pochi mesi, cifra considerevole per periodo e contesto storico[333].

2.2. Riviste, hobbismo, home computer

Alle console, nei primi anni Ottanta si affiancarono gli *home computer*, su tutti Apple II (1981[334]), Commodore 64 (marzo 1983), ZX Spectrum (1983), i cui videogiochi a disposizione erano pochi e distribuiti attraverso le edicole su cassetta magnetica, allegati a riviste come *Video Giochi*, *Commodore Computer Club, RUN.* I negozi erano rari e situati nelle grandi città, principalmente rivenditori informatici o di elettronica che, almeno inizialmente, davano poco spazio ai videogiochi.

---

[331] AndreaP [nickname], *Intervista ad Antonio Farina*, Ready64.org, 29 novembre 2013. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/93/intervista-ad-antonio-farina)
[332] Reiser, Costanzo Colombo, *art.cit.*, 2015.
[333] Gandolfi, Enrico, *Italy*, in Wolf, Mark J.P. (a cura di), *Videogames Around the World*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2015, p.305.
[334] Questa e le seguenti date si riferiscono alla prima messa in vendita in Italia.

A differenza delle console, che erano sistemi chiusi, gli *home computer* permettevano lo sviluppo autonomo di software tramite linguaggio BASIC e, in seguito, anche grazie a editor dedicati (come *SEUCK – Shoot'Em Up Construction Kit*[335], *Amos*[336] o *3D Construction Kit*[337]), per i quali non erano richieste particolari conoscenze di programmazione. I giocatori potevano sopperire alla mancanza di giochi creandone di propri, oppure copiando e modificando i listati pubblicati su riviste come *MC Microcomputer*, *List* o *Micro & Personal Computer*, ovvero pagine colme di righe di codice che l'aspirante sviluppatore ricopiava letteralmente sulla console[338] del proprio *home computer* per riprodurre un programma (molto diffusi quelli dedicati alla compilazione della schedina del Totocalcio) o un semplice gioco. Ai listati erano correlate spiegazioni dettagliate ed "esercizi" che invogliavano lo sviluppatore a modificarne i contenuti e a crearne di nuovi: fu questa la principale palestra per un'intera generazione di programmatori, gli equivalenti dei *bedroom coders* presenti in altri contesti come negli Stati Uniti o in Inghilterra, «industrious teenagers who were making money in this way, writing programs[339]».

A partire dal 1984, alcuni giochi opera di *bedroom coder* italiani trovano spazio distributivo nelle riviste di editori come Sipe, Edizioni Foglia ed Edizioni Logica 2000, e in seguito soprattutto della Systems Editoriale ed Edizioni Hobby. Sono per lo più avventure testuali, dal cult *Avventura nel castello* (1982) di Enrico Colombini per Apple II alla vasta produzione di Bonavventura Di Bello (oltre settanta giochi per Commodore 64 e ZX Spectrum tra il 1985 e il 1987), originali o su licenza fumettistica e letteraria (*Terrore a Dunwich*, tratto da Lovecraft, *Zagor e la fortezza di Smirnoff*, dal fumetto di Nolitta e Ferri pubblicato dalla Bonelli, entrambi di Marco Corazza nel 1987 per Commodore 64), o platform derivativi da altri giochi celebri (*Moonshadow* di Paolo Galimberti, pubblicato da Idea nel 1990 e esplicitamente ispirato al classico del 1986 *Antiriad* di Stanley Schembri e Daniel Malone per Commodore 64), opere sviluppate generalmente in totale autonomia e poi vendute a un editore singolarmente (è il caso di Corazza) o su contratto (è il caso di Di Bello, che produceva tre giochi al mese per la rivista *Epic 3000* di Edizioni Hobby[340]).

---

[335] Sviluppato dalla Sensible Software e distribuito dalla fine del 1987 per C64, Amiga e Atari ST, che permetteva la creazione di semplici *Shoot'em Up* senza la conoscenza del linguaggio di programmazione.
[336] Sviluppato dalla Mandarin Software e distribuito dal 1990, è un software dedicato alla realizzazione di videogiochi esclusivamente su macchine Amiga.
[337] Sviluppato da Incentive Software e Domark e distribuito dal 1991, permetteva la creazione di videogiochi in 3D multipiattaforma.
[338] Da non confondere con le "console di gioco". In questo caso con "console" si intende il prompt dei comandi.
[339] Melanie, Swalwell, *The Early Micro User: Games Writing, Hardware Hacking, and the Will to Mod*, in *Proceedings of DiGRA Nordic 2012 Conference: Local and Global – Games in Culture and Society*, 2012, p.4.
[340] Venturi, Ivan, *Vita di videogiochi. Memorie (a 8 bit) di Ivan Venturi*, autoprodotto, Bologna, 2016, p. 193.

2.3.Pirateria domestica e industriale

Tuttavia, la produzione originale era la punta dell'iceberg. La quasi totalità dei giochi disponibili erano copie "pirata", ovvero riproduzioni di giochi terzi minimamente alterate a scopo di lucro, la cui diffusione era favorita dalla predisposizione alla modifica e al *self–made* degli sviluppatori, dalla forte domanda di giochi e la scarsa offerta territoriale, e soprattutto dalla carenza legislativa in materia di copyright sul software e un controllo praticamente assente della distribuzione nelle edicole. Ricorda Venturi che

> «*i videogiochi piratati erano tutti stranieri (perlopiù inglesi o americani), non c'era nessuno che facesse causa per plagio o violazione del diritto d'autore a queste case editrici corsare. Né ci sarebbe stato un giudice in grado di capire la reale consistenza del reato, dato che la legislazione in merito era inesistente e l'oggetto del contendere praticamente sconosciuto al mondo giuridico. Bastava cambiare nome al gioco e... oplà!, il gioco era inedito e pronto per essere immesso sul mercato italiano*[341]».

Da un lato, la pirateria ha effettivamente permesso di portare in Italia videogiochi che altrimenti non sarebbero mai arrivati tramite i canali legali, oltre che agevolare la diffusione del medium. Come testimoniano le onnipresenti lettere di lettori pubblicate sulle riviste di settore, le maggiori problematiche erano il prezzo dei giochi originali (che a seconda delle piattaforme finali andavano dalle 15.000 alle 111.000 lire[342]) e la loro reperibilità, che "costringevano" la maggior parte dei giocatori a usufruire di copie piratate, raccolte in *bundle* dai 5 agli 8 giochi per cassetta acquistabili in edicola a 10.000 lire. Si tratta questa di pirateria "domestica", non lucrativa, rappresentata principalmente da "ragazzini" che copiavano un gioco per aver la possibilità di giocarci e che condividevano di solito con una stretta cerchia di amici o famigliari. Altri invece, per alfabetizzazione personale e/o in competizione con altri programmatori, cercavano di accrescere e dimostrare le proprie abilità informatiche e artistiche tramite la "sprotezione" e la modifica di giochi altrui: sono i *cracker*. Tra questi, Stefan Roda, che ricorda come

> «[...] *il maggior divertimento consisteva nel disassemblare e crackare, come si diceva all'epoca, i pochi programmi che arrivano su cartuccia da oltre oceano. In merito a questo ritengo che la pirateria sia stata, in questo settore come in molti altri, nel bene e*

---

[341] *Ivi*, p.22.

[342] Dai vari listini prezzi riassuntivi pubblicati su *Annuario di Video Giochi '84*, supplemento al n.10 di *Video Giochi*, novembre/dicembre 1983.

nel male e senza volerla giustificare, il motore trainante per l'introduzione nel mercato del personal computer[343]».

I *cracker* dapprima sviluppavano una *crack*, un software «that sits in memory or permanently patches a game so as to unlawfully allow the user to remove or bypass its copy protection[344]», dedicata a specifici giochi originali forniti di sistemi di protezione anti–copia, per poi poterne modificare indisturbati i contenuti. Pratica comune era la creazione di *demo* (abbreviazione di *demostration*), «audiovisual computer programs, which, in general, tend to be non–interactive and showcase their creators' skills[345]», aggiunte ai giochi *crackati* come firma e come dimostrazione – appunto – delle abilità artistiche e programmatorie del *cracker* autore. Si trattava di introduzioni ai giochi (tanto da venir definite *cracktros*, crasi fra le parole inglesi *crack* e *intro*[346]), in un primo momento composte da immagini fisse, e in seguito, con l'evoluzione dell'hardware, da veri e propri filmati sperimentali. Spesso ai *cracker* non interessava il videogioco in sé, ma solo la possibilità di sperimentare con le immagini e i suoni digitali, creando cortometraggi ed esperienze visive più che opere videoludiche. In Italia, tra i gruppi più attivi vi era il NICS (Northern Italy Cracking Service), il Gruppo 2703 e Pier, «che secondo la leggenda metropolitana era un parrucchiere di Milano il quale, tra un taglio e l'altro, si dedicava al Commodore 64[347]».

Dall'altro lato, la pirateria a scopo di lucro ha rallentato la creazione di un'industria videoludica. Bonavventura Di Bello, tra i pochi autori di videogiochi originali pubblicati legalmente dalla System Editoriale, in questo è drastico: «la pirateria ha tagliato le gambe a un vero mercato dello sviluppo del software. Anche se è evidente che la distribuzione in edicola era l'unico modo per raggiungere capillarmente tutti i giocatori in Italia. I negozi erano presenti solo nelle grandi città»[348]. Negozi che comunque non si sottraevano alle pratiche illegali, come conferma anche Venturi: «spesso si trovavano nei negozi dei fogli fotocopiati, ordinatamente impaginati, con la lista dei videogiochi "piratati" in vendita e il relativo costo. 5.000 lire per un videogioco "piccolo", 10.000 per uno "medio", 15.000 per uno dei "top"»[349], quando un videogioco originale costava in

---

[343] Raffox [nickname], *Intervista a Stefan Roda*, Ready64.org, 26 dicembre 2008. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/7/intervista-a-stefan-roda).

[344] Kyle Orland, Dave Thomas, Scott Steinberg, *The Videogame Style Guide and Reference Manual*, PowerPlay Publishing, 2007

[345] Reunanen, Markku, *Times of change in the Demoscene. A Creative Community and Its Relationship with Technology*, dissertazione accademica, Facoltà Umanistica University of Turku, Turun yliopisto, Finlandia, 17 febbraio 2017. (https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/130915/AnnalesB428Reunanen.pdf?sequence=2&isAllowed=y).

[346] Caulfield, Nicola, Caulfield, Anthony, *From Bedrooms to Billions: The Amiga Years*, 2016.

[347] Raffox [nickname], *art.cit.*, 26 dicembre 2008. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/7/intervista-a-stefan-roda)

[348] Fassone, Riccardo, *Programmatori e pirati. I primi cinque anni del videogioco in Italia*, in biancoenero 585, Centro Sperimentale di Cinematografia, maggio-agosto 2016, p. 99.

[349] Venturi, Ivan, *op.cit.*, 2016, p. 24.

media 79.000 lire[350] nel 1983. In breve divenne pratica consueta per sempre più editori acquistare come privati cittadini videogiochi all'estero per poi copiarli, localizzarli e rivenderli come opere originali in allegato alle riviste nelle edicole italiane.

Edicole che rappresentavano per i *cracker* una delle poche vetrine disponibili per esibire il proprio lavoro, costringendoli a passare per gli editori di riviste con cassetta in assenza di altre strutture dedicate come le software house. La prima cassetta con alcuni contenuti pirati, sia giochi che utility, è identificabile in *RUN*, distribuita nelle edicole nel novembre/dicembre 1983 dalla Aquarius Edizioni e dedicata allo ZX Spectrum. Ideata da Simone Majocchi, *RUN* era una rivista "su cassetta", pensata per essere letta direttamente attraverso il computer, permettendo di interagire con i contenuti: un *e-book* ante litteram, a cui fu allegata la stampa di alcune pagine solo per ottenerne la registrazione come testata, altrimenti impossibile per le leggi del tempo che richiedevano necessariamente un supporto cartaceo per l'autorizzazione alla distribuzione nelle edicole. Il software piratato, in questo caso, fu una scelta obbligata:

> «[…] *sono andato in Inghilterra per negoziare con gli autori (Quicksilva, Hudson o Psion se non ricordo male), siglare qualche tipo di accordo per pubblicare i loro software, ma quelli non hanno capito nulla. Non capivano che non c'era alcuna legislazione e che sostanzialmente non avevano tutele, quindi se gli offrivo dei soldi era per dare anche a loro un ritorno. Non potevano chiedermi ciascuno l'80% del ricavo, ovviamente… quindi dopo qualche tentativo mi misi l'animo in pace. Quel che potevo fare l'ho fatto, non vollero negoziare nulla e quindi ognuno proseguì per la sua strada*[351]».

Se Majocchi almeno ci aveva provato, la maggior parte delle riviste che in seguito al successo di vendite di *RUN* cominciarono ad allegare compilation di software su cassetta fecero della pirateria un marchio di fabbrica. Come detto, divenne pratica consueta per gli editori acquistare come privati videogiochi originali all'estero per poi rivenderli come opere proprie dopo le debite modifiche. Spesso i giochi originali venivano scomposti in più parti, estraendo ad esempio i singoli livelli da un platform così da inserirli separatamente in più compilation spacciandoli per opere autonome e moltiplicarne i guadagni. Questa pratica era diffusa soprattutto nei primi anni, quando i giochi erano di piccole dimensioni, per poi perdersi con l'evoluzione di hardware e supporti e l'arrivo di opere più importanti e "pesanti", a partire circa dal 1987: non vi era abbastanza spazio per farle entrare nelle compilation, così o il gioco piratato non veniva pubblicato, oppure occupava un'intera

---

[350] Listino prezzi *Video Giochi*, dicembre 1982.
[351] Corbetta, Mauro, *RUN - La prima rivista su cassetta*, The Retrogames Machine, 8 settembre 2014. (http://www.retrogamesmachine.com/2014/09/08/run-prima-rivista-cassetta/).

cassetta, ovviamente dal titolo modificato (spesso banalmente, ad esempio *Simulatore di volo 11*, pubblicato con la rivista *Computing Videoteca n.40* della Logica 2000, era la versione pirata del celebre *F-19 Stealth Fighter* della Microprose del 1987) e i nomi dei reali autori sostituiti dai pirati di turno. Un testimone è Roberto Preantoni, che ha cominciato la sua attività nel 1983, "sproteggendo" giochi originali per l'editore Logica 2000: «ci fornivano o ci procuravamo gli originali, quasi sempre americani (Activision rulez). Il gioco era bypassare le routine di protezione, eliminare tutte le forme di copyright e sostituirle con il nome della casa editrice. Eravamo in due […] cominciammo con un VIC 20 per poi passare al C64[352]». Il lavoro, oltre a determinate competenze hardware e software, implicava anche «una buona dose di faccia da schiaffi quando dovevi firmare il foglio che ti facevano firmare alla casa editrice per assicurarsi che il software da te craccato fosse "originale" (anche se in realtà lo sapevano benissimo che fosse craccato)[353]», scaricando così eventuali responsabilità legali sul cracker. Vi erano poi casi particolari, come la produzione della ALGA Soft (o Al.Ga. Soft, dalle iniziali dell'autore, Alfredo Gargiulo, ai tempi proprietario di una cartoleria vomerese[354]), che dal settembre 1986 cominciò a distribuire nelle edicole di Napoli cassette ricolme di giochi piratati per C64 a prezzi stracciati: 10.000 lire per due cassette, e in seguito, anche cassette con singoli giochi a 6.000 lire, le "ALGA da 6000"[355], tra cui spiccano titoli celebri come *Dragon's Lair*[356] e *Indiana Jones and The Temple of Doom*[357] nelle loro conversioni per C64. I giochi erano proposti nella loro interezza, compresi i titoli originali e i credits degli effettivi sviluppatori che non venivano cancellati ma mantenuti intatti, limitandosi alla semplice aggiunta della scritta "ALGA Soft" seguita da una piccola bandiera italiana (o, per il n.11 del maggio/giugno 1987, lo scudetto del campionato di calcio di Serie A, appena conquistato dal Napoli di Maradona). La specifica distribuzione su Napoli (e in seguito nelle province campane) portò gli appassionati a chiamare la produzione della ALGA "cassette napoletane[358]", differenziate dalle altre "italiane" anche per la quantità di giochi offerta in ognuna di queste: le compilation della ALGA ne contenevano circa una quindicina, mentre le altre difficilmente arrivavano a dieci.

---

[352] Roberto [cognome non disponibile], *Intervista a Roberto Preantoni*, Ready64, 21 ottobre 2006. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/44/intervista-a-roberto-preatoni).
[353] *Ibid.*
[354] Massi cadenti [nickname], *Alga Soft*, 10 aprile 2004. (http://massicadenti.altervista.org/algasoft.html).
[355] *Ibid.*
[356] Celeberrimo coin-op ideato da Don Bluth che nel 1983 sdoganò il Laser Disc. La conversione per C64, ad opera della Software Projects, è del 1986, ma oltre al titolo, del gioco di Bluth non restava nulla. La versione della ALGA Soft è stata distribuita nel settembre 1986.
[357] Action/platform tratto dall'omonimo film di Spielberg, secondo capitolo della serie di Indiana Jones, dapprima sviluppato in versione coin-op dalla Atari nel 1985, e poi convertito per i vari home computer sul mercato e il NES tra il 1986 e il 1989. La versione originale per C64, ad opera della U.S. Gold, è del novembre 1987, quella "piratata" da Gargiulo viene distribuita all'incirca nello stesso periodo.
[358] Anonimo, *Storia delle cassette napoletane per Commodore 64*, [nessuna data]. (http://infogiochi.altervista.org/).

Gargiulo operò dal 1986 al 1990, cambiando nome prima da ALGA Soft a New Alga Soft (agosto 1989), e in seguito Mr. Games (dicembre 1989 o gennaio 1990), per poi scomparire[359].

Molti *cracker* divennero “pirati”, termine con cui ben presto viene identificata l’intera categoria, per quanto in molti sottolineino la natura didattica delle loro azioni. Eugenio Ciceri[360], nell’epocale intervista “collettiva” realizzata da Fabio Rossi nel maggio 1991 per la rivista *Computer+Videogiochi*, alla quale parteciparono praticamente tutte le software house italiane attive al tempo, è sincero nell’«[…] ammettere che tutti noi in passato siamo stati dei pirati […], che tutti noi abbiamo imparato esaminando il lavoro degli altri, andando a vedere cosa c’era nei giochi venduti nei negozi[361]». Gli fa eco Steed Kulka («È stata un’ottima scuola. La documentazione ufficiale per un programmatore è sempre troppo poca e poco aggiornata, quindi conviene “entrare” nei giochi[362]») e Stefano Cecere[363] («Beh, la formazione per me è stata principalmente pirata. Non ci si può appoggiare alle software house! La cosa migliore è lavorare su codici comunemente disponibili, tipo le intro dei pirati, e modificarli per vedere cosa succede[364]»).

Altri invece non si facevano scrupoli nell’ammettere motivazioni prevalentemente economiche. In un’intervista pubblicata su *Video Giochi*[365], il pirata D.N.S. del Gruppo 2703 dichiara candidamente di essere diventato tale «per hobby… e per guadagno!», vendendo copie di giochi procurati direttamente dall’Inghilterra («è l’unico sistema valido») principalmente a privati («ma abbiamo contatti anche con distributori e negozi»), e che per lui la pirateria rappresenta «uno stipendio fisso» poiché per programmare legalmente «ci vuole troppo tempo e si guadagna di meno». Suggerisce poi che per combattere la pirateria «basterebbe che le cassette costassero meno, in modo da togliere ai pirati quei margini di guadagno che li spingono a lavorare», e aggiunge di non sentirsi un “fuorilegge” dato che, semplicemente, «non c’è una legge».

2.3.1. *Vacatio legis*

Per avere una prima legge bisognerà aspettare il 29 dicembre 1992, quando fu approvato il decreto legislativo n.518 che recepiva la direttiva della Comunità Europea 91/250 del 14 maggio 1991, la

[359] Massi cadenti [nickname], *Alga Soft nr. 10/88 A*, EdicolaC64 forum - Il Commodore 64 in Italia, 18 marzo 2015. (http://www.edicolac64.com/public/smf/index.php?topic=2385.0).
[360] Fondatore con Steed Kulka della software house Digiteam che, tra gli altri, pubblicherà per Idea la versione per Amiga di *Lupo Alberto: The Videogame* (1990) e *Cattivik: The Videogame* (1992).
[361] Rossi, Fabio, Cardillo, Paolo, Crosignani, Simone, *Speciale come nascono i videogiochi - Prima parte*, in *Computer+Videogiochi*, n.6, giugno 1991, Gruppo Editoriale Jackson, pag.61.
[362] *Ibid.*
[363] Programmatore tra i primi a specializzarsi nell’aspetto sonoro e musicale nei videogiochi, è tra i componenti della software house LindaSoft di Monza
[364] Rossi Fabio (con Cardillo Paolo e Crosignani Simone), *op.cit.*, pag.62.
[365] Mantegazza, Luca, *Intervista a un pirata*, in *Video Giochi* n. 42, febbraio 1987, p. 10.

quale imponeva ai paesi membri di estendere al software la legge sul diritto d'autore in vigore entro il 31 dicembre 1992. Per tutti gli anni Ottanta, il problema della pirateria, quanto meno nei suoi aspetti civilistici, è stato trattato e in qualche modo risolto dalla giurisprudenza tramite diverse e all'inizio contrastanti sentenze dei Tribunali, che avevano infine ritenuto di poter applicare le norme sul diritto d'autore anche al software, in quanto opera d'ingegno.

La prima sentenza in assoluto, rilasciata dalla Pretura di Torino in data 25 maggio 1982, riguarda la causa intentata dalla Fratelli Bartolino S.r.l. (produttrice su regolare licenza di cabinati della Atari come *Asteroids* e *Missile Command*) contro la Sidam S.r.l. (accusata di produrre cabinati del tutto simili, ma con titoli diversi – *Asterock* e *Missile Attack* – senza alcuna licenza). La Sidam venne accusata in una prima sentenza non di violazione dei diritti d'autore, ma di concorrenza sleale per «violazione dell'art. 2598 c.c. in relazione sia all'imitazione servile, in quanto le immagini del gioco erano "sorprendentemente identiche", sia alla correttezza professionale, in quanto "la riproduzione di un programma di altrui produzione risparmia al produttore cospicue spese di progettazione e di ricerca, quali vengono assorbite dalla sempre più raffinata tecnica sofisticatrice"[366]». La seconda sentenza, definitiva e datata 15 luglio 1983, condanna invece la Sidam *anche* per violazione dei diritti d'autore: il videogioco viene qui definito per la prima volta come "immagine in movimento", classificandolo come un'opera audiovisiva e permettendo di conseguenza l'applicazione della disciplina dettata per le opere cinematografiche. Secondo i giudici torinesi, «non dovevano ritenersi opere cinematografiche solo i film, ma anche le altre forme di rappresentazione indipendentemente dalla tecnica utilizzata e dalla forma d'espressione[367]».

In seguito a successive denunce, non solo da parte di produttori di cabinati ma anche di editori legali di riviste con giochi su cassetta, svariati Tribunali italiani contribuirono al dibattito. Con la sentenza dell'11 aprile 1984, la Pretura di Pisa fece un passo in avanti rispetto a quella di Torino, affermando che «il programma per elaboratore dovesse intendersi come opera dell'ingegno a tutti gli effetti […], dichiarato il principio secondo cui il programma per elaboratore che si caratterizzi per una originalità rispetto ad altri prodotti analoghi, nonché per una propria forma espressiva, può accedere alla tutela prevista dalla normativa in tema di diritto d'autore[368]», mentre altri giudici si espressero in maniera contraria. Ad esempio, il Tribunale di Monza con sentenza del 12 dicembre 1984, stabilì che «il programma per elaboratore non è tutelabile dal diritto d'autore in quanto

---

[366] Roggero, Claudia, *Diritto d'Autore e Videogame: i videogiochi sono tutelati dalla legge sul diritto d'autore?*, Dandi.media, 1 giugno 2017. (https://www.dandi.media/2017/06/diritto-autore-videogame/).
[367] Gaudenzi Sirotti, Andrea, *La tutela penale del software*, in *Diritto24 - Il Sole 24 Ore*, aprile 2008. (http://www.diritto24.ilsole24ore.com/fuoco/R2V0RG9jdW1lbnRCeUlk/OTQ5NTAxMSYxMyZzaXN0ZW1hU29jaWV0YQ/document.html?refresh_ce=1).
[368] *Ibid.*

implicando questo la scindibilità della forma dell'opera dal suo contenuto e non essendo immaginabile una forma espressiva tipica del software non può costituirsi un diritto assoluto sul contenuto tecnico o scientifico[369]». A simili conclusioni arrivano anche i giudici del Tribunale di Napoli, che con sentenza datata 6 giugno 1985, precisarono che «il comportamento di chi detenesse e vendesse cassette con registrazioni di programmi per computer non rappresentasse in alcun modo un illecito penale, […] per l'impossibilità di qualificare i programmi per elaboratore come opera a carattere creativo, inquadrabile in alcuna delle categorie tutelate dalla normativa nazionale[370]». Intervenne anche la Corte di Cassazione, che il 24 novembre 1986 riconobbe espressamente la possibilità di estendere ai programmi per elaboratore la normativa in tema di diritto d'autore «in quanto opere dell'ingegno che appartengono alle scienze e si esprimono in linguaggio tecnico–convenzionale concettualmente parificato all'alfabeto o alle sette note[371]». La stessa Corte poi, con sentenza del 6 febbraio 1987, precisò che «i programmi per elaboratore potevano essere ritenuti vere e proprie opere d'ingegno tutelabili in sede giudiziale, solo quando fossero il risultato di uno sforzo creativo caratterizzato da un apporto nuovo nel campo informatico o quando avessero espresso soluzioni originali ai problemi di elaborazione dei dati[372]».

Ciononostante, mancava «il deterrente delle sanzioni penali, impossibili perché non specificatamente previste come reati. La copia abusiva di un programma non poteva infatti essere considerata furto o appropriazione indebita, perché questi reati devono essere commessi con la sottrazione di una "cosa" al legittimo possessore, mentre la duplicazione del software non toglie al detentore la disponibilità del bene[373]». Emblematico di ciò il caso intentato dalla Systems Editoriale, che nel 1985 pubblicò tramite la rivista *Commodore Computer Club* un videogioco su cassetta originale, *Mezzogiorno di fuoco*, sviluppato dai fratelli Barazzetta: il mese successivo, il gioco veniva venduto piratato su due riviste concorrenti. Ricorda Michele Di Pisa, direttore di *Commodore Computer Club*: «citammo in giudizio i due editori in oggetto: uno presso il tribunale di Milano, l'altro presso quello di Roma. Più che ad un risarcimento puntavo ad un precedente giudiziario capace di supplire alla *vacatio legis*. Peccato che le sentenze di condanna siano arrivate quando ormai non servivano più. Nel processo di Roma, per altro, il risarcimento decretato dal giudice è stato appena sufficiente a coprire le spese legali[374]». Di Pisa decise in seguito per una provocazione, che però non ebbe seguito: pubblicare su *Commodore Computer Club* una cassetta di

[369] *Ibid.*
[370] *Ibid.*
[371] *Ibid.*
[372] *Ibid.*
[373] Cammarata Mario, *Gli effetti della normativa sul software. L'opinione dei produttori*, in *Mc-Micromputer*, Technimedia Editore, n.132, 1993, p.167.
[374] Roberto, [cognome ignoto], *Intervista a Michele Di Pisa*, Ready64.org, 21 gennaio 2008. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/32/intervista-a-michele-di-pisa)

giochi esplicitamente piratati per protesta, con tanto di marinaio minaccioso con benda sull'occhio e bandiera col teschio disegnati in copertina. «Mi ero premurato di mandarne copia a tutte le case coinvolte perché dessero la delega ad un legale per farci causa. Purtroppo nessuno aderì alla mia richiesta e la cosa morì là. Se non ricordo male solo un importatore mi chiamò al telefono, ma non aveva titolo per intraprendere azioni legali. A mio avviso, infatti, non occorrevano leggi nuove: bastava applicare le esistenti leggi in materia di diritto d'autore in quanto i videogiochi contenevano testi (protetti) e musiche (anch'esse protette). Se qualcuno ci avesse fatto causa noi non avremmo fatto opposizione a queste obiezioni e così avremmo potuto creare il precedente giudiziario con le caratteristiche che ci servivano[375]».

Infine, come già accennato, il 29 dicembre 1992 fu approvato il decreto legislativo n.518, che sanzionava la copia e la modifica del software a scopo di lucro con multe e carcere (dove l'opinione ai tempi più accreditata intendeva per lucro anche il risparmio conseguibile dall'uso di software illegale, rendendo complice il consumatore oltre al produttore e distributore), e permetteva agli editori che ne facessero richiesta l'iscrizione ad un registro del software creato ad hoc e gestito dalla SIAE per la tutela del programma. Era possibile anche fare richiesta per l'apposizione di un contrassegno di originalità dell'opera, come avveniva per i libri, procedimento gestito anch'esso dalla SIAE. Per quanto lacunoso in certi aspetti (come l'iscrizione al registro SIAE, che prevedeva l'annotazione di data di registrazione, descrizione e autore del programma, ma non il deposito del software, rendendo di fatto impossibile la verifica di eventuali accuse di copie di programmi registrati[376]), il decreto rappresenta comunque un punto di svolta nella lotta alla pirateria informatica, per quanto l'ultima cassetta contenente giochi pirati sia considerata quella allegata alla rivista *COM 64* n.66 del novembre/dicembre 1993[377], dimostrando la spavalderia dei pirati italiani che rimasero attivi nelle edicole per quasi un anno dopo l'approvazione del decreto.

2.3.2. I distributori e la pirateria

Per combattere la pirateria, più che la legge poterono i distributori, che già dalla metà degli anni Ottanta sperimentavano tecniche di distribuzione alternative alle edicole e i negozi. Ad esempio tramite corrispondenza diretta con l'utente finale, che contattava direttamente gli sviluppatori con lettera o telefonata, i quali provvedevano a spedire via posta il videogioco all'indirizzo del

---

[375] Anonimo, *Le cassette pirata da edicola*, Edicola 8-Bit, [nessuna data]. (http://specialprogramsipe.altervista.org/pagina_dinamica.php?codice=informazioni_cassette_pirateria).
[376] Cammarata Mario, *op.cit.*, 1993, p.167.
[377] Il dato è desunto dalle testimonianze di appassionati rilasciate su forum e blog dedicati al retrogaming come EdicolaC64, Edicola 8-Bit, Ready64.org.

compratore previo pagamento. Roberto Tabacco e Hans Piu, fondatori della software house Arscom, dopo aver sviluppato dal 1985 avventure testuali per le riviste *Next Strategy* e *Epic 3000*, nel 1987 decidono di vendere i loro videogiochi per corrispondenza, «per motivi di organizzazione, contenimento dei costi e quindi competitività rispetto ai pirati[378]». Anche la Lago, fondata nel 1985 da Laura Maestri come società di importazione di software estero per poi aprire anche allo sviluppo, tentò questa strada istituendo la Soft Mail, un servizio di vendita per corrispondenza, raccogliendo nel giro di pochi mesi gli indirizzi di circa 10.000 persone[379].

In seguito, alcuni distributori formarono associazioni come l'Assoft – Associazione italiana per la tutela giuridica del software, costituita nell'aprile 1985 e che inizialmente riuniva distributori come Systems Editoriale, Jackson, IBM, Italware e altri per discutere i problemi inerenti alla copiatura illecita dei programmi e tentare insieme azioni legali contro i pirati, o la Soft Center, voluta dalla Mastertronic, al fine di vendere giochi nei negozi a prezzi fissi e relativamente popolari (dalle 7.900 alle 19.900 lire[380]).

Inoltre, con l'aumentare delle inserzioni da parte di distributori autorizzati, anche le riviste cominciarono una serie di campagne contro la pirateria, contribuendo a ridurre il fenomeno della distribuzione illegale nelle edicole. Alla fine degli anni Ottanta, in seguito a tutte queste iniziative, si registrano i primi cambiamenti culturali ed economici nei confronti della pirateria, dapprima nell'utenza, sempre più scontenta dei software pirata, caratterizzata dalla mancanza o scarsa cura dei manuali per i giochi nonché dalla crescente possibilità che i giochi stessi non funzionassero a causa di sviste dei pirati, e in seguito anche al cambio di mentalità di questi ultimi. MS, cracker del Gruppo 2703, riassume il contesto in un'intervista pubblicata su *Commodore Gazette* nel settembre 1987:

> «*all'inizio per me la pirateria era un divertimento, un fatto culturale più che commerciale, che dava l'occasione di conoscere altri appassionati, gente di altri Paesi. Ma una volta l'ambiente era più aperto. Da sette mesi, un anno [inizio 1987] c'è stato un grosso cambiamento, sono scoppiati dei litigi e alcune persone si sono comportate in modo poco corretto. Oggi è un giro chiuso, puntato tutto sui soldi, e anche all'estero è difficile avere contatti se non sei del giro e non punti al business. Ci sono poche*

[378] Miccoli, Maurizio, *Arscom*, in *Video Giochi*, Gruppo Editoriale Jackson, n.44, aprile 1987, pag. 8.
[379] Farina, Alberto (a cura di), *I pirati in Italia*, in *Commodore Gazette*, IHT Gruppo Editoriale, n.6, settembre 1987, p. 55.
[380] Anonimo, *P come Pirata*, in *Commodore Computer Club*, Systems Editoriale, n.34, settembre 1986, p. 88.

persone che monopolizzano tutto. Se non ci fossero loro non ci sarebbe più nemmeno pirateria in Italia[381]».

Furono molti i pirati, oltre a MS, a cambiare atteggiamento verso la pirateria, dedicandosi ad attività lecite e spesso più remunerative. Uno dei casi più celebri riguardava la Armati di Mario Arioti, che negli anni Ottanta era la più grande azienda italiana di duplicazione del software, prima di abbandonare la pratica e cambiare nome in Ital Video. Arioti ammette che

«[…] *oggi ci siamo resi conto che non possiamo continuare su questa strada, perché non rende né a noi né ai nostri clienti. Abbiamo creato Ital Video perché vogliamo usare in modo migliore le nostre attrezzature di duplicazione,* […] *non per copiare ma per produrre software originale, in licenza o anche in proprio.* […] *L'intenzione, in prospettiva, è quella di uscire definitivamente* [dalla duplicazione illegale]. *E di sfruttare i nostri 3.000 punti vendita, attraverso i quali smerciamo un milione e due/un milione e trecentomila pezzi l'anno, per commercializzare pezzi originali. Sarebbe la prima volta che una rete di vendita così capillare ed efficiente viene messa al servizio del software originale*[382]».

2.4. Le prime software house strutturate

A questo si aggiunse anche un riassetto delle dinamiche produttive, su cui influì in maniera decisiva l'evoluzione dell'hardware, che agli inizi degli anni Novanta vide affermarsi sul mercato nuove macchine a 16 e 32 bit come il Commodore Amiga 500 (in vendita in Italia dal maggio 1987) o la sempre maggiore importanza nel gaming del PC, considerato fino allora per lo più come strumento di lavoro per aziende e uffici, piuttosto che piattaforma per il gioco. L'epoca degli *home computer* 8 bit (C64 e ZX Spectrum su tutti) era al termine; le cassette vennero presto sostituite dai floppy disk da 3.5 pollici, più pratici nell'utilizzo finale, più economici da produrre e con più spazio a disposizione per gli sviluppatori (da 200 Kb delle cassette a 1.4 Mb dei floppy), sostituiti a loro volta dal CD–Rom, di ancora più semplice produzione e con uno spazio disponibile fino a 700 Mb. Il risultato fu che sviluppare giochi commerciali richiedeva sempre più personale specializzato per riempire adeguatamente tutti quei byte improvvisamente a disposizione. Si alzarono di conseguenza gli standard qualitativi ed economici richiesti per immettere sul mercato un'opera videoludica, risultati che non potevano più essere raggiunti dal lavoro di un singolo programmatore ma necessariamente da un team specializzato nei vari aspetti dello sviluppo (coding, grafica, musiche

[381] Farina, Alberto (a cura di), *art.cit.*, 1987, p. 51.
[382] Farina, Alberto (a cura di), *art.cit.,* 1987, p. 54.

ecc.). Così come nel resto del mondo, l'intero panorama industriale videoludico italiano stava per cambiare drasticamente: si ridusse lo spazio di visibilità per i singoli *bedroom coder* in favore di aggregazioni e/o collettivi di programmatori, le software house[383].

In Italia, tra le prime di queste realtà, Simulmondo, fondata ufficialmente a Bologna nel maggio 1988 da Francesco Carlà e Riccardo Arioti (figlio di Mario, patron della già citata Armani/Ital Video), ma già attiva dal 1986 con la pubblicazione di *Bocce* e *Tombola* per la Ital Video (entrambi sviluppati dal singolo Ivan Venturi), che si occuperà della distribuzione dei giochi Simulmondo fino a fine 1988. Carlà, ai tempi seguìto giornalista musicale e videoludico per svariate riviste non solo di settore (come *L'Espresso* e *Panorama*), fin dai primi anni Ottanta aveva in mente «un progetto concreto per un marchio e per una software house, con cui concepire e sviluppare videogiochi[384]», un "simulmondo", «una parola che esprimesse l'idea di un cosmo che si stava […] creando dentro gli schermi[385]», di cui uno dei momenti capitali fu il Simulmondo Party, all'inizio dell'autunno 1988.

> «*Fu la prima occasione in cui tutti i collaboratori di Simulmondo si conobbero e si resero conto di quello che stava succedendo*. [...] *Fu una grande occasione d'incontro per tutte queste persone che con Francesco perlopiù avevano avuto solo contatti telefonici e postali.* [...] *Grazie a Francesco, quella fu la prima volta in cui in Italia avvenne ciò che in America era avvenuto tanto tempo prima: la comunità dei programmatori di videogiochi si incontrava e diventava consapevole di sé stessa.* [...] *Tante collaborazioni "amichevoli" da quel giorno vennero sancite da un contratto vero e proprio di collaborazione esclusiva con Simulmondo e da un accordo a percentuale per lo sviluppo del tal videogioco per la talaltra piattaforma* [...]. *Fare videogiochi non era più soltanto un hobby*[386]».

Era una mentalità condivisa anche alla Idea Software, fondata a Varese nel 1989 come divisione editoriale della Leader Distribuzione e affidata ad Antonio Farina, esplicito su questo aspetto: «ci siamo detti, l'Italia è piena di fanatici computeromani che nel chiuso delle loro stanze programmano a tutto gas sognando di vedere un giorno il loro nome fra quelli che hanno contribuito al progresso

[383] Fassone, Riccardo, *op.cit.,* 2016, p.97.
[384] Venturi, Ivan, *op.cit.*, 2016, p.56.
[385] Grechi, Robert, *Intervista a Francesco Carlà: una vita per il Simulmondo*, Retrogaming Planet, 8 maggio 2012. (http://retrogamingplanet.it/intervista/intervista-a-francesco-carla-una-vita-per-il-simulmondo/).
[386] Venturi, Ivan, *op.cit.*, pp.94-96.

del mondo. Scherzo, ma non troppo, comunque, perché non dare a qualcuno la possibilità di provarci, e perché non farne un business, o come dicono i tecnici, una nicchia di mercato?[387]».

Dalla fuoriuscita di Riccardo Arioti e Stefan Roda dalla Simulmondo («Quella partecipazione è poi naufragata a causa di una serie di divergenze con uno dei soci, che basandosi su una serie di convinzioni personali era riuscito a stravolgere l'immagine della casa e minare i rapporti con la stampa, gli autori e con i rivenditori[388]», spiega Arioti in un'intervista su *Commodore Gazette* del 1990, senza fare nomi, per quanto sia facile ipotizzare che si parli di Carlà), il 28 ottobre 1989 nacque ufficialmente a Bologna la Genias con lo scopo di produrre giochi di ampio respiro commerciale per competere con le software house estere, nonché di permettere ai programmatori italiani di lavorare in patria a livello professionale.

Simulmondo, Idea e Genias erano le tre maggiori realtà della scena videoludica italiana, non le uniche: è necessario segnalare anche le meno conosciute Digiteam, LindaSoft, Lago. Tramite loro, singoli programmatori o piccoli team poterono creare e distribuire i propri giochi, lavorando spesso da casa: Paolo Galimberti sviluppa il platform *Moonshadow* in solitaria e lo completa poi con Idea («si trattava di un prodotto già formato, quindi è stato preso in mano da Idea solamente per le parti finali: ci saranno sicuramente stati dei piccoli aggiustamenti, ma tutto già esisteva quando Paolo Galimberti era venuto a presentarlo, quindi lo sviluppo è stato piuttosto semplice da seguire[389]», ricorda Farina); i fratelli Dardari realizzano *Italy '90 Soccer*[390] per la Simulmondo, e in seguito il simulatore di beach volley *Over The Net* e il racing *Warm Up!* per la Genias («avevamo un buona autonomia sia di idee che di contenuti. Diciamo che oltre alle scadenze prefissate, la Genias ci aiutava con le sigle e le musiche, oltre alle scatole, i manuali, la pubblicità e la distribuzione. Era tutto fatto alla grande in modo molto professionale[391]», commentano i Dardari); Pietro Montelatici e Edoardo Gervina, fondatori in seguito della software house Trecision, realizzano le avventure grafiche *Ecstasy* per la Simulmondo, e *Profezia* per la Genias; Paolo Robbiati sviluppa per Lago due strategici storici atipici per il periodo, entrambi per Amiga: *Guerrilla in Bolivia* (1990), accurata ricostruzione che mette il giocatore nei panni di Ernesto "Che" Guevara durante la guerra

[387] Auletta, Marco, *Panorama del software ludico nazionale. Ovvero interviste a Antonio Farina, Stefan Roda, Federico Croci,* in *Computer+Video Giochi Annuario 1992*, supplemento a *Computer+Video Giochi*, Gruppo Editoriale Jackson, n.11, dicembre 1991, pp.96-98.
[388] Rossi, Fabio, *Genias, per un nuovo software italiano*, in *Commodore Gazette*, IHT Gruppo Editoriale, Anno V n. 3, Mag/Giu/Luglio 1990, p. 80.
[389] AndreaP [nickname], *art.cit.*, 29 novembre 2013.
[390] Nella versione per Amiga, mentre la versione per C64, che presenta alcune differenze, sarà opera di Ivan Venturi.
[391] Grechi, Roberto, *Intervista ai Dardari Bros: da Italy '90 Soccer a Over The Net ed oltre…*, Retrogaming Planet, 22 maggio 2017. (http://retrogamingplanet.it/intervista/intervista-ai-dardari-bros-da-italy-90-soccer-ad-over-the-net-ed-oltre/).

civile boliviana del 1966/67, e *Canton* (1992), dove si impersona un mercante cinese del 1375 d.C. dedito ad accumulare ricchezze con il commercio tra Asia, Nord Africa e Europa.

Basandosi sul lavoro di freelance esterni, autopropostisi o assunti su progetto, Idea e Genias contavano su una struttura imprenditoriale minima, composta da pochi dipendenti dedicati alle mansioni extra programmatorie (circa sei persone oltre ad Arrioti e Roda per la Genias[392]) o addirittura da una singola persona che si occupava in toto, nella pratica, di tutti questi aspetti (è il caso di Farina per la Idea[393]). Entrambe le software house avevano poi una strategia ben precisa, ovvero smarcarsi dalla distribuzione nelle edicole per concentrarsi sui negozi e poter concorrere con i titoli esteri, introdotto dal cambio di mentalità ben riassunto da Farina e il suo lavoro per la Idea: «è molto semplice: Idea rappresentava un marchio. La società era la S.C., ovvero Software Copyright, semplicemente la S.r.l. dietro al marchio, appartenente al gruppo Leader […], che ha fatto il ragionamento opposto rispetto al suo business di base, ovvero: "noi stiamo comprando dal mondo e distribuiamo in Italia, perché non sviluppiamo in Italia e distribuiamo al mondo?"[394]». Questo desiderio di internazionalizzazione si scontrò con le esigenze di mercato. I titoli italiani erano pur sempre ispirati a giochi di successo stranieri, ricalcandone gameplay e stili grafici, raramente paragonabili alle produzioni estere (più per capacità produttive che incompetenza dei programmatori), perdendosi nel mare magnum della produzione mondiale. Per distinguerli, si ricorse principalmente alla sinergia con le altre industrie culturali "Made in Italy", sfruttando la popolarità di canzoni di successo, sport tipici (in particolare calcio e automobilismo) e, soprattutto, fumetti, tradendo però così le intenzioni internazionali. Idea ad esempio, come già accennato, pubblicò il platform per Amiga *Bomber Bob* (Stefano Lecchi, 1990) introdotto dalla canzone *Esatto* di Francesco Salvi, celebre ai tempi per la partecipazione al Festival della canzone italiana di San Remo del 1989. Tra le produzioni Idea di maggior successo vi sono tre giochi ispirati ai fumetti di Bonvi, i già citati platform *Lupo Alberto: The Videogame* (Paolo Galimberti, Luca Stradiotto, Nicola Benetolo, 1990), *Sturmtruppen: The Videogame* (Norbert Lommer, 1992), *Cattivik: The Videogame* (Digidream, 1992) e il simulatore automobilistico *F1 GP Circuits* (Magnetica Team[395], 1991), tra i pochi a ottenere critiche molto positive dalla stampa estera.

La Genias, in controtendenza, sviluppò un solo gioco da licenza fumettistica, *Nathan Never: The Arcade Game* (Roberto Genovesi, Emanuele Viola, 1992) per Amiga, puntando soprattutto sul mercato internazionale, grazie all'attività di Arrioti che riuscì a stringere collaborazioni con alcune delle software house estere più importanti del periodo, principalmente per la distribuzione extra

---

[392] Auletta, Marco, *art.cit.,* 1991, pp.96-98.
[393] *Ibid.*
[394] AndreaP [nickname], *art.cit.,* 29 novembre 2013.
[395] Team composto da quattro elementi, Giuseppe Tresoldi, Omid Ehsami, Gerardo Iula ed Emiliano Gusmini.

italiana e la commissione della conversione per C64 del celebre platform *Chuck Rock* della Core Design[396], realizzata da Marco Corazza, Luca Zarri e Andrea Paselli. La Genias era probabilmente la software house al tempo che più permetteva libertà d'azione ai propri collaboratori. Per i Dardari, la «Genias ha subito dimostrato di avere un'ottima distribuzione ed è stata l'unica, finora, a rendersi conto che i programmatori free–lance, oltre a fare i giochi, debbono continuare a studiare senza pressioni continue di un programma che deve essere finito assolutamente entro una certa data prestabilita. In pratica con Genias abbiamo trovato una software house in grado di dare delle soddisfazioni, anche economiche (visto che è l'unica che distribuisce all'estero), e che lascia la massima libertà al programmatore (senza pretese assurde…) e non costringe a tempi di consegna rigidi[397]».

Simulmondo, che fece dei tie–in fumettistici il suo prodotto di maggior successo, operava in maniera opposta a Idea e Genias. Pur mantenendo collaborazioni con freelance, la software house di Bologna era strutturata con un team interno fisso (nel periodo d'oro della società, tra il 1991 e il 1992, si contavano un centinaio di persone, di cui circa una ventina di strutturati e il resto collaboratori esterni e stagisti[398]) e una strategia imprenditoriale ben precisa, stabilita e imposta da Carlà: portare a un nuovo livello le pratiche distributive degli anni Ottanta tramite la pubblicazione di giochi action/adventure "a puntate" in edicola (e quindi restare interni al mercato italiano), su licenza fumettistica (tramite accordi con la Bonelli Editore, la Astorina[399] e la Marvel Italia) e in seguito anche originali (*Simulman* e *Time Runners*, entrambi del 1994).

A spingere Carlà in questa direzione furono «fondamentalmente tre fattori: le edicole, 35.000 punti vendita affamati di prodotti interessanti; il prezzo, potevo produrre games da vendere a 10/15.000 lire mentre il prezzo dei games in negozio era quattro volte più caro; la popolarità di personaggi come Tex, Dylan Dog e Spiderman che ci avrebbero permesso di emergere nelle edicole[400]». Tale strategia si dimostrò economicamente vincente, con vendite di quasi 50.000 copie del primo gioco di Dylan Dog (*Gli uccisori*, 1992) e 25.000 del primo di Tex, *Piombo caldo* (1993), per poi attestarsi sulle 10.000 copie[401], fino a un calo che portò alla chiusura delle serie nel 1994. Dopo le prime uscite, la qualità dei giochi prodotti comicniò a perdersi in favore della quantità. Testimone d'eccezione, Ivan Venturi:

---

[396] Chuck Rock, caricaturale uomo preistorico, era a tal punto celebre da diventare la mascotte della Core fino al 1996, quando venne sostituito da Lara Croft con l'uscita del primo *Tomb Raider*.
[397] Redazione TGM, *Made in Italy… again!*, in *The Games Machine*, Edizioni Hobby, n.23, settembre 1990, pp. 8-9.
[398] Auletta, Marco, *art.cit.*, 1991, p.97.
[399] Casa editrice del fumetto *Diabolik* delle sorelle Giussani.
[400] Grechi, Robert, *art.cit.,* 2012.
[401] Gentili, Giovanni, *Intervista a Francesco Carlà*, UBC Fumetti, n. 65, 12 luglio 1999 (http://www.ubcfumetti.com/mag/videogiochi1.htm).

«*i primi tre numeri di Diabolik e Dylan Dog li avevamo potuti realizzare per benino, dedicandoci quasi un anno* […]*. Un pomeriggio, mi sembra prima che finisse il 1992, ci fu una riunione plenaria nell'ufficio di Francesco. Ordine del giorno: gli obiettivi di produzione di tutte le nuove serie* […]*, che erano la realizzazione di 38 (trentotto. Lo ripeto TRENTOTTO) master, tra PC e Amiga, tra Dylan Dog, Diabolik, Tex, Simulman, e se non erro stava pure partendo Time Runners.* […] *In quanto tempo? Due mesi di reale tempo operativo. Ripeto: 2 (due) mesi.* […] *Decisamente non vi fu interesse a conservare le professionalità che si erano acquisite. La considerazione qualitativa del prodotto balzò all'ultimo posto in classifica, contava solo la quantità.* […] *Riuscimmo a stare nell'obiettivo del "30 aprile 1993", i 38 videogiochi in due mesi operativi. Molti di essi vennero davvero brutti. Funzionanti, ma davvero brutti. Brevi, poco curati. Mostravano tutto il poco amore che era stato dedicato loro. Li ricordo come i peggiori videogiochi ai quali io abbia mai partecipato*[402]».

Federico Croci, un altro dei componenti storici della software house, è chiaro nel sintetizzare la situazione: «molti dei dipendenti di Simulmondo erano degli entusiasti, che sarebbero stati lì anche gratis. Amavano fare videogiochi. Il problema è che in un contesto di produzione seriale, in cui spesso succedevano dei casini, l'entusiasmo si smorza in fretta[403]».

2.5. Evoluzione del mercato

I racconti di Venturi e Croci testimoniano come anche in Italia così come in altri contesti si stava imponendo una mentalità attenta al successo di mercato piuttosto che alla qualità del gioco, dove la fredda produzione meccanica si sostituiva alla passione creativa. Con l'evoluzione tecnologica dell'hardware, portata dall'affermazione definitiva dei processori Intel, delle prime schede grafiche dedicate e dalla diffusione del CD–Rom, d'un tratto era possibile realizzare grafiche tridimensionali fluide e – per i tempi – convincenti su supporti in grado di contenerle in un'unica soluzione. Se questa rivoluzione apriva a possibilità prima inimmaginabili nella concezione del gameplay, portava anche con sé la necessità di ampliare ulteriormente i team di sviluppo oltre che aumentare significativamente i tempi stessi di realizzazione di un videogioco, risultando in costi di produzione sempre più elevati. La situazione viene poi esasperata dall'affermazione anche sul mercato italiano delle console Nintendo (NES[404], SNES[405] e GameBoy[406]) e Sega (Master System[407], MegaDrive[408]

[402] Venturi, Ivan, *art.cit.,* 2010.
[403] Fassone, Riccardo, *op.cit.*, 6 settembre 2016.
[404] Il Nintendo Entertainment System (NES), console a 8-bit, fu introdotto nel mercato italiano il 30 novembre 1987.

e Game Gear[409]), sistemi chiusi che per lo sviluppo di giochi richiedevano l'acquisto di devkit dedicati a prezzi tutt'altro che popolari (si parla di decine di milioni di lire) e del loro sistema di supporto su cartucce elettroniche[410], molto costoso da produrre per quanto a prova di copia.

A fronte di costi elevati, sperimentare nuovi gameplay o investire in giochi per un mercato di nicchia era diventato troppo rischioso. Per Stefan Roda al termine dei primi anni Novanta si era

> «*alla fine di un'epoca pionieristica: lo scenario stava cambiando* [...]. *Il software in ambito ludico era già velocemente diventato un business ben organizzato e strutturato. Non ci sarebbe stato più spazio per le piccole realtà amatoriali, caratterizzate più dalla passione dei programmatori che dalle rigide impostazioni aziendali, sensibili prevalentemente alle logiche di mercato*[411]»,

cui fa eco anche Antonio Farina, per il quale

> «[...] *siamo ormai da tempo entrati in una fase decisamente "matura" e selettiva per il mercato dei videogiochi, non sono più i tempi del programmatore solitario che fa tutto da solo nella sua camera da letto* [...]. *Un gioco al giorno d'oggi [marzo 1993] è sempre più frutto di un'imponente attività di gruppo, risultato di un ingente impegno finanziario e quindi di un'attenta attività di marketing*[412]».

A questi investimenti le software house italiane non riuscirono a far fronte, per mancanza di strutture e di un accesso al credito adeguato. Farina è tra i primi a prendere contromisure, e nel 1992 chiude Idea per dedicarsi a un nuovo progetto, Graffiti, software house fondata l'anno successivo.

> «*La questione fondamentale era che, se si vuole realizzare qualcosa di serio, non è possibile farlo solo con persone esterne; bisognava quindi costituire un vero studio di sviluppo, con persone interne a tempo pieno e così via. Da parte di Leader al tempo*

---

[405] Il Super Nintendo Entertainment System (SNES), console a 16-bit, fu introdotto nel mercato europeo e italiano l'11 aprile 1992.
[406] Il GameBoy, una delle più vendute *hand-held* console della storia, creata da Gunpei Yokoi e distribuita in Europa e in Italia dal 28 settembre 1990.
[407] Il Sega Master System, console a 8-bit, fu introdotto nel mercato italiano nel novembre 1986.
[408] Il Sega MegaDrive, console a 16-bit, fu introdotto nel mercato europeo e italiano nel novembre 1990.
[409] L'*hand-held* console Game Gear fu introdotto nel mercato europeo e italiano il 26 aprile 1991.
[410] Supporto di memoria rimovibile alloggiato su una scheda elettronica collegabile mediante un connettore ad un sistema. Può essere utilizzata in informatica per distribuire contenuti software o aggiungere memoria RAM. Una cartuccia può essere un metodo alternativo al caricamento di applicazioni per qualsiasi scopo, contenendo una parte oppure tutto il programma da eseguire. Quest'ultimo sistema si diffuse tra i primi home computer nonché tra le console (fino all'arrivo del disco ottico).
[411] Roda, Stefan, *L'era dei geni*, Ready64.org, 28 novembre 2008. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/58/l-era-dei-geni-di-stefan-roda).
[412] Reynaud, Max, *Graffiti - Interview*, The Games Machine, Xenia Edizioni, n.51, marzo 1993, p.120. (https://archive.org/stream/the-games-machine-italia-51#page/n119/mode/1up).

non c'era la volontà di andare in questa direzione, così a quel punto ho proseguito per la mia strada[413]».

É ciò che farà con Graffiti, creare un team di sviluppo dedicato e proporre i propri lavori all'attenzione di publisher esteri, concentrandosi su pochi giochi di qualità. In Graffiti lavorano ex collaboratori di Idea come Stefano Lecchi e Ivan Del Duca, e la strategia di Farina si rivela vincente: nel 1994 sviluppa il puzzle *Super Loopz* per Super Nintendo, il primo gioco per console prodotto da una software house italiana (per quanto distribuito solo sul mercato giapponese), mentre del 1995 sono *Iron Assault* per PC, un "simulatore di mech" in prima persona distribuito dalla Virgin, che presentava cut–scenes realizzate in stop–motion inusuali per i tempi, e soprattutto *Screamer*, primo titolo di una serie di simulatori di corse automobilistiche per PC considerata tra le più importanti per innovazione grafica (era uno dei primi giochi italiani in alta definizione, cioè a 640x480 pixel) e giocabilità della storia del genere. Nel 1996, Graffiti cambia nome in Milestone, e sempre per Virgin, pubblica *Screamer 2* che avrà critiche positive dalla stampa estera. Il successo anche nella simulazione di corse su due ruote, con *Superbike World Championship* (1998) e i suoi seguiti annuali sia per PC che progressivamente su tutte le console, portano a specializzare Milestone nello sviluppo di simulazioni di corse sportive di alta qualità, in grado di competere con il mercato estero e, nel corso degli anni 2000, a svariate collaborazioni con le multinazionali del settore (oltre a Virgin, EA, Ubisoft, Black Bean Games, Bandai Namco, Sony). Milestone diviene ben presto la più grande e strutturata realtà videoludica italiana, ruolo che ricopre tuttora impiegando circa 170 dipendenti dedicati allo sviluppo di più progetti per ogni piattaforma e un capitale sociale di 8 milioni di euro[414].

Della Genias si persero le tracce intorno al 1994. L'ultimo software prodotto di cui si hanno tracce non era un videogioco ma un antivirus per Amiga, *Virus–Killer Professional*. Per Roda probabilmente sono stati «commessi una serie di errori macroscopici dal punto di vista marketing [...]. C'era la necessità [...] di un project management in grado di monitorare, seguire e sostenere il progetto concretamente vista la differenza sostanziale tra la realizzazione di giochi per C64, in cui c'era un unico interlocutore (il programmatore tuttofare) o al massimo due (per le musiche), mentre altra cosa invece era un progetto complesso come *Dragon's Kingdom* per Amiga[415]».

La produzione a ritmi industriali delle avventure seriali per le edicole della Simulmondo si rivela sul breve periodo una scelta economicamente vincente, ma le condizioni lavorative da *crunch time* imposte da Carlà portarono al progressivo allontanamento delle figure chiave della software house

[413] AndreaP [nickname], *art.cit.*, 29 novembre 2013.
[414] Milestone, *Sito ufficiale*, 2018. (http://milestone.it/).
[415] Roda, Stefan, *art.cit.*, 28 novembre 2008.

e, conseguentemente, alla chiusura per fallimento nel 1999, dopo un periodo di pochi alti e molti bassi dedicati allo sviluppo di giochi interattivi per il programma televisivo della Rai *Solletico*, all'editoria e un paio di giochi su commissione (come *Mosè: Il profeta della libertà* sviluppato nel 1996 per Edizioni Dehoniane Bologna, tra le maggiori case editrici cattoliche italiane). Venturi lascerà nel 1993 per fondare l'anno successivo Colors Arti Multimediali, dove con un team di circa venti elementi produce fino alla chiusura nel 1999 oltre 60 videogiochi per PC, spaziando dalle avventure grafiche ai giochi didattici, originali o su commissione, «oltre poi a tutto il resto del conto terzi: animazioni, giochi stand–alone, roba per siti, video, progetti multimediali ecc.[416]», sottolineando come stesse diventando fondamentale per la sopravvivenza degli studi italiani la differenziazione della produzione in più ambiti mediali, e di rimbalzo con Roda, l'importanza di una conoscenza imprenditoriale.

2.6. Le software house negli anni Novanta

Riccardo Cangini lascia Simulmondo nel 1996 per gli stessi motivi di Venturi: «l'azienda [...] aveva perso il suo smalto e forse anche l'entusiasmo per il settore per cui mi dimisi e per poter continuare a sviluppare videogiochi "a modo mio" decisi di fondare Artematica[417]», che nacque in quello stesso anno nell'appartamento di Cangini a Chiavari[418]. Il primo gioco vedrà la luce nel 2001, *Druuna: Morbus Gravis*, avventura grafica tratta dal fumetto di Paolo Eleuteri Serpieri, per il quale «ci sono voluti 3 anni [...] costo di partenza, almeno 400.000 euro, persone coinvolte, non meno di una ventina[419]», ma raccogliendo un successo internazionale che ha permesso alla software house di affermarsi come uno dei team di punta nella scena videoludica italiana. Tuttora in attività, Artematica presenta un catalogo di oltre 70 giochi che spaziano dalle avventure grafiche, originali (*Jonathan Damer: Belief & Betrayal*, 2008) e su licenza fumettistica (*Martin Mystere: Operation Dorian Gray*, 2005; *Diabolik: The Original Sin*, 2009; *Julia: Innocent Eyes*, 2010) agli advert games (*Violetta*, 2012), dai casual games alle simulazioni sportive (*Ducati World Championship*,

---

[416] Venturi, Ivan, *I videogiochi di COLORS – Arti Multimediali/1*, Fare videogiochi. Appunti e memorie di Ivan Venturi, 14 marzo 2010. (http://www.koalagames.it/koalaweb/pages/farevgblog/index.php/1994/92/i-videogiochi-di-colors-arti-multimediali1/).

[417] Bertoni, Roberto, *Intervista a Riccardo Cangini, a capo di Artematica, una delle SH italiane più famose*, OldGamesItalia.net, 23 luglio 2008. (http://www.oldgamesitalia.net/forum/index.php?showtopic=14414&mode=threaded&pid=191778).

[418] Bush, Bettina, *Cangini l'artista dei videogiochi*, LaRepubblica.it, 24 marzo 2009. (http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2009/03/24/cangini-artista-dei-videogiochi.html).

[419] *Ibid.*

2006; *Loris Capirossi*, 2008) per ogni piattaforma, arrivando a fatturare nel 2008 «un milione e mezzo di euro» con un team composto da «una trentina tra fissi e collaboratori[420]».

La maggior parte delle altre software house presenti sul territorio ebbero vita breve ma rilasciando titoli importanti. LightShock Software viene fondata nell'ottobre 1994 da un altro esule Simulmondo, Massimiliano Calamai, assieme al programmatore Francesco Iorio. Il loro primo gioco, il picchiaduro *Fightin' Spirit* per Amiga 4000, sviluppato inizialmente da un altro team italiano, Dynamic Style, è tuttora annoverato tra i migliori esponenti del genere su Amiga, ricevendo molte critiche entusiastiche e vincendo l'MCV Award come miglior titolo Amiga europeo nel 1996. Ma l'ultimo *home computer* prodotto dalla Commodore era in netto calo sul mercato, superato dal PC e i sistemi Microsoft, più economici e flessibili nell'hardware, portando il gioco a un disastroso insuccesso commerciale[421]. Ciononostante, venne messo in produzione un secondo picchiaduro per PC, *Pray For Death*, che ricevette offerte di pubblicazione sia da Sony che da VIE (Virgin Interactive Entertainment). «Alla fine optammo per Virgin anche perchè Sony desiderava un porting su Playstation 1 realizzato in pochi mesi (premetto che noi stavamo sviluppando su PC con ben – per allora – 16MB di Ram contro 1MB di PSX) ed una conversione in così poco tempo sarebbe stata un'impresa impossibile, almeno per realizzare un buon prodotto[422]», ricorda Calamai. Grazie al supporto della Virgin, *Pray For Death* viene distribuito su PC nell'ottobre 1996, e ottiene ottimi risultati di critica e di vendite, «tanto che furono pubblicate diverse versioni con covers differenti[423]». Ma se la Virgin da principio sembrava la scelta giusta, presto si rivelò un errore fatale: «eravamo divenuti sviluppatori Virgin e stavamo realizzando un nuovo prodotto con VIE, quando la compagnia chiuse la sezione *Entertainment* che si occupava di giochi. Il nostro nuovo prodotto [*Viper*, un racing di ambientazione post–atomica] rimase in stand by per troppo tempo; LightShock era un'azienda autofinanziata da me e il mio socio e non potevamo permetterci di sostenere le spese in un momento di troppi cambiamenti, inoltre avevamo anche opinioni diverse su come volevamo affrontare il futuro[424]». LightShock venne chiusa nel 1996, Calamai in seguito entrerà in Artematica.

---

[420] *Ibid.*
[421] Grechi, Robert, *Intervista a Massimiliano Calamai: grafico di Simulmondo e fondatore di Light Shock Software*, Retrogaming Planet, 4 aprile 2010. (http://retrogamingplanet.it/intervista/intervista-a-massimiliano-calamai-grafico-di-simulmondo-e-fondatore-di-light-shock-software/).
[422] *Ibid.*
[423] *Ibid.*
[424] *Ibid.*

NAPS Team è invece un caso virtuoso. Fondata nel 1993 da, ai tempi, due poco più che sedicenni siciliani[425], Domenico Barba e Fabio Capone, come per LightShock l'esordio è nei picchiaduro con *Shadow Fighter*, sviluppato per Amiga e proposto a livello internazionale «a più di 200 software house. Ci risposero in due[426]», ricorda Barba. Una era la Core Design, ma «ci dissero che avrebbero voluto metterci sotto contratto ma non erano interessati al nostro videogioco[427]», quindi ripiegarono sulla seconda proposta, che arrivò dalla Gremlin Interactive, comunque ai tempi software house importante con svariati successi per C64, Amiga e PC come il platform *Zool* (1992) e, soprattutto, il manageriale di calcio *Premier Manager* (Realms of Fantasy, 1992). Pubblicato nel 1994, *Shadow Fighter* ottenne un grande successo di vendita, oltre le aspettative per due giovani «enthusiasts who certainly did not have a professional approach to the gaming industry at the time[428]», e si affermò non solo come uno dei migliori picchiaduro per Amiga, ma anche tra i migliori giochi in toto per l'ultimo home computer di casa Commodore, tanto da essere inserito al 20° posto nella classifica *The Ultimate All-Time Top 100* stilata dalla rivista inglese *Amiga Power*[429] nell'agosto del 1996.

L'altro genere molto popolare erano le avventure grafiche, successo non solo determinato dalle numerose uscite mensili della Simulmondo nei primi anni Novanta, ma anche da altri importanti giochi sviluppati da software house come Dynabyte e Trecision. La prima, inizialmente composta da Christian Cantamessa, Massimo Magnasciutti, Paolo Costabel, Lovrano Canepa e Bruno Boz, nasce intorno al 1991 a Genova e pubblica nel 1992 *Nippon Safes Inc.* per Amiga 500 e PC, un'avventura umoristica in stile LucasArts che riceve buone critiche e ottiene un ottimo successo di vendite, qualche decina di migliaia copie vendute, traguardo considerato ai tempi un successo per i giochi venduti nei negozi e non in edicola, ma di cui a causa della pessima campagna di commercializzazione messa in piedi dalla casa produttrice, la Euclidea di Lovrano Canepa, i programmatori non video un solo centesimo[430]. Andò meglio il seguito, *The Big Red Adventure*, che di *Nippon Safes Inc.* riprendeva i protagonisti e il bizzarro umorismo puntando sempre più sulla qualità grafica e narrativa (condivide con *Screamer* di Graffiti il titolo di primo gioco italiano ad alta risoluzione). Distribuito da Core nel 1995 per PC e Amiga, *The Big Red Adventure* vende circa 25.000 copie in Europa e ottiene un'eccellente accoglienza critica e di pubblico[431], portando allo

---

[425] Modica, Manuela, *I videogame nati sullo Stretto e Messina finisce sulla Playstation*, LaRepubblica.it - Palermo, 21 dicembre 2016. (http://trovalavoro-palermo.blogautore.repubblica.it/2016/12/21/i-videogame-nati-sullo-stretto-e-messina-finisce-sulla-playstation/).
[426] *Ibid.*
[427] *Ibid.*
[428] U64 Staff, *Unseen Interview: Domenico Barba (Naps Team)*, Unseen64.net, 20 dicembre 2016. (https://www.unseen64.net/2016/12/20/interview-domenico-barba-naps-team/).
[429] Redazione Amiga Power, *Top 100*, Amiga Power, Future plc, n.64, agosto 1996, pp.24-25.
[430] Grechi, Robert, *Nippon Safes, Inc.*, Retrogaming Planet.it, 25 settembre 2011. (http://retrogamingplanet.it/recensioni-retrogames/amiga/nippon-safes-inc-amiga-pc-1992/).
[431] DVG-Dizionario dei videogiochi, *Dynabyte*, 2018. (http://www.dizionariovideogiochi.it/doku.php?id=dynabyte).

sviluppo di una nuova avventura grafica, *Tequila & Boom–Boom*, un IP originale questa volta distribuito nel Natale 1996 dalla Sacis (Società per Azioni Commerciale Iniziative Spettacolo) della RAI. Nonostante i successi e la qualità dei giochi, Dynabyte finì per confluire nella società multimediale Virtual Edge nel 1997, guidata comunque da uno dei fondatori della software house, Bruno Boz, lasciando i videogiochi a favore del nascente settore web. Anche in questo caso, è l'inesperienza e la scarsa attenzione imprenditoriale a risaltare, come ricorda Giorgio S., grafico in Dynabyte dai tempi di *The Big Red Adventure*:

> «*il mio rimorso, beh non essere riusciti a continuare la strada intrapresa: penso che ci volesse davvero poco per dare il via a qualche cosa di grande, ma all'epoca evidentemente chi gestiva la società non aveva creduto troppo nel progetto; soprattutto economicamente, eravamo la maggior parte stagisti, diciamo che all'epoca c'era una certa leggerezza in questo. Credo che la maggior parte delle società di videogames all'epoca sfiorivano a causa dei pochi (se non nulli) denari disponibili che inoltre non affluivano nelle tasche di chi lavorava ai vari progetti. Molto spesso si restava ad aspettare le royalties per riuscire a sostenere i costi di produzione e gli stipendi, ma fino a che non si trovava il publisher la cosa era dura e si doveva andare avanti con l'autofinanziamento.* [...] *Purtroppo eravamo giovani ed inesperti e credevamo ancora in qualche illuminazione divina*[432]».

Trecision viene fondata a Rapallo nel 1991 da Pietro Montelatici, Fabrizio Lagorio ed Edoardo Gervino, esordisce con le avventure *Profezia* (distribuita da Genias, 1991) e *Exstasy* (per Simulmondo, 1992), entrambe per Amiga, cui seguirono altri giochi per PC di scarsa diffusione. Il successo arriva con il trittico di avventure *Ark of Time* (1996, per PC e PlayStation), *Nightlong: Union City Conspiracy* (1998, sviluppato con gli inglesi Team17 e distribuito da MicroProse) e *The Watchmaker* (2001), ed è di tale portata da convincere i fondatori ad aprire una S.p.a. «solida e improntata ad uno standard più vicino a quello delle grosse società[433]». Nel marzo 2000, Trecision acquisisce la software house italiana PixelStorm Games, autrice del buon titolo calcistico *Puma Street Soccer* (1999) per PC e PlayStation, e MotherBrain Entertainment, specializzata in giochi multiplayer[434], diventando di fatto la più grande software house italiana del periodo. Non durò molto. Nel 2002, lo storico publisher e developer francese Cryo Interactive fu costretto a dichiarare fallimento, portando alla cancellazione di tutti i progetti in corso: due erano con la Trecision, tra cui

---

[432] Bertoni, Roberto, *Intervista a Giorgio S., dalla Dynabyte con furore…*, OldGamesItalia.net, 5 gennaio 2011. (http://www.oldgamesitalia.net/interviste/intervista-giorgio-s-dalla-dynabyte-furore).
[433] Redazione Multiplayer.it, *Intervista a Pietro Montelatici, presidente di Trecision*, Multiplayer.it, 10 giugno 2002. (https://multiplayer.it/articoli/intervista-a-pietro-montelatici-presidente-di-trecision.html).
[434] Gamespot Staff, *Trecision Acquires Two Developers,* Gamespot.com, 26 aprile 2000. (https://www.gamespot.com/articles/trecision-acquires-two-developers/1100-2541805/).

l'atteso simulatore calcistico *Zidane Football Generation*, accordi che economicamente rappresentavano l'80% del fatturato della software house italiana[435]. Si tentarono altre strade, dallo sviluppo di pioneristici giochi per telefoni cellulari (*Martin Mystere*, voluto dalla compagnia telefonica Wind in partnership con la Bonelli Editore, distribuito il 21 novembre 2002[436]) ai prodotti su licenza tratta da programmi televisivi. É il caso di *Grande Fratello: Il Gioco* (2003), strategico a turni con gestione dei personaggi in stile *The Sims* (2000), che nelle parole di Montelatici «ha dato buoni risultati, ma purtroppo il solo mercato italiano risulta sempre troppo piccolo per poter ottenere un successo di vendite capace di coprire gli investimenti[437]». Infine, nel luglio 2003, Montelatici è costretto a liquidare Trecision S.p.a.: «this is something extremely sad, after 12 years with our best game ever in development it's even worse. Cryo's closure last year hit us heavily and now shareholders decided not to sustain Trecision anymore so we had no choice but to close. I would like to thank all the people I worked with here in Trecision, they are simply great[438]».

2.7. Le BBS italiane e l'operazione *Italian Crackdown*

Mentre in altri contesti, come quello americano, sviluppatori hobbisti e piccole software house che non trovano spazio nelle dinamiche sempre più elitarie della produzione videoludica tripla–A possono comunque usufruire del modello *shareware* e delle BBS per distribuire le proprie creazioni (per quanto eventuali ritorni economici fossero rari, come si è visto nel capitolo precedente), in Italia anche questa possibilità è negata. Non perché BBS e *shareware* siano assenti o sconosciuti, piuttosto per motivi culturali e politici. In Italia le BBS erano presenti dalla metà degli anni Ottanta, la prima attiva dal 1985, *Fido Potenza*, aperta da Giorgio Rutigliano appoggiandosi al server internazionale *Fidonet*, che ricorda come «la nostra rete – composta esclusivamente da entusiasti innovatori che investivano tempo e risorse nell'interesse della collettività – si era profondamente evoluta ed era arrivata ad interconnettere alcune centinaia di sistemi locali, che assommavano svariate migliaia di utenti[439]». Tali utenti scambiavano tra loro file non solo *shareware*, ma soprattutto software *open source*, che sebbene coperto da copyright consentiva e incentivava l'analisi e la modifica creativa del proprio codice sorgente. Le BBS erano poi regolate da una *policy* interna anti-pirateria quando ancora le legge italiana non si era espressa: «il nostro regolamento [...]

---

[435] Redazione Eduesse, *Trecision: chiude lo sviluppatore italiano*, e-duesse.it, 8 luglio 2003. (http://www.e-duesse.it/News/Videogiochi/Trecision-chiude-lo-sviluppatore-italiano)
[436] Viola, Fabio, *Gamification*, Arduino Viola, 2011, pag. 92.
[437] Redazione Eduesse, *art.cit.*, 8 luglio 2003.
[438] Fahey, Rob, *Trecision goes into liquidation*, GameIndustry.biz, 9 luglio 2003. (https://www.gamesindustry.biz/articles/trecision-goes-into-liquidation).
[439] Rutigliano, Giorgio, *Italian Crackdown, 21 anni dopo*, Il Tecnico Informatico, 11 maggio 2015. (https://www.iltecnico.info/crackdown/).

imponeva infatti che *“(il gestore del nodo) non promuove o partecipa alla distribuzione di software piratato e non ha altri tipi di comportamento illegale via FidoNet”,* norma che nel lungo periodo in cui sono stato coordinatore nazionale è sempre stata rispettata senza grandi problemi[440]», commenta Rutigliano. Anche alcune riviste come *The Game Machine* crearono delle proprie BBS, dove condividere con gli iscritti registrati programmi e giochi *shareware* nel periodo di passaggio tra la cassetta e il CD.

Per quanto tra gli utenti delle BBS vi fossero certamente anche dei pirati, in molti fecero di tutta l’erba un fascio. Michele Di Pisa commenta come

> «*la diffusione dello shareware, ancor più che l’arrivo d’una legislazione europea che estendeva al software la normativa sul diritto d’autore, cambiò anche la situazione della pirateria nel mercato delle edicole. A quel punto, infatti, mentre poteva essere rischioso pubblicare prodotti non shareware, quella peculiare forma di distribuzione dei programmi incoraggiava chiunque a copiare e a distribuire: una vera manna per quanti negli anni precedenti avevano costruito fortune pubblicando materiale rubato*[441]».

Anche la Guardia di Finanza condivideva un pensiero simile, e prese contromisure. Ricorda Rutigliano come

> «*l’11 maggio del 1994,* [...] *prendeva drammaticamente corpo l’operazione Hardware1, più tristemente nota come Italian Crackdown o Fidobust. All’alba di quel mercoledì, uno spiegamento di forze senza precedenti perquisiva contemporaneamente le sedi di 173 BBS pubblici, sequestrando indiscriminatamente tutto ciò che, nella perquisizione, avesse anche lontana attinenza con l’informatica.* [...] *L’Italia scelse di andare ben oltre le richieste CEE, ed associò alla detenzione di software non originale non solo conseguenze civilistiche, ma anche pesantissime sanzioni penali* [ovvero la reclusione da tre mesi a tre anni e una multa da 500.000 a 6.000.000 di lire[442], ndr]. *Nonostante la legge le limitasse ai soli casi in cui vi fosse finalità di lucro, l’interpretazione che ne veniva data in quei tempi era che il lucro fosse costituito dal mancato esborso di denaro, senza sostanziale differenza se a duplicare abusivamente*

[440] *Ibid.*
[441] Roberto, [cognome ignoto], *art.cit.*, 21 gennaio 2008.
[442] Governo della Repubblica Italiana, *Decreto Legislativo n. 518. Attuazione della direttiva 91/250/CEE relativa alla tutela giuridica dei programmi per elaboratore*, articolo 10, 29 dicembre 1992. (http://www.interlex.it/testi/dl518_92.htm).

software fosse un ragazzino collezionista o un negoziante che lo vendesse illecitamente[443]».

Proprio da due "ragazzini" che scambiavano software tra di loro, e dall'elenco di BBS che frequentavano trovato sul loro computer, la Guardia di Finanza arrivò a considerare l'esistenza di una rete organizzata di spaccio illegale di software. Il solo possesso di un computer, in quanto inteso come "apparecchiatura atta alla duplicazione", giustificò le perquisizioni dell'11 maggio, alle quali si aggiunsero le accuse di «associazione a delinquere, duplicazione fraudolenta di software, violazione di sistemi informatici terzi, persino contrabbando[444]», il tutto senza alcuna indagine preliminare. In seguito, le indagini hanno subito chiarito che le BBS incriminate erano del tutto estranee alla pirateria, dato che ogni software presente in queste era liberamente distribuibile e privo di copyright, permettendo alle vere BBS pirata di salvarsi: si era sparato a caso nel mucchio, palesando per l'ennesima volta l'inadeguatezza, l'ignoranza e il pregiudizio delle istituzioni italiane nei confronti del videogioco. L'unico effetto che ebbe l'operazione *Italian Crackdown* fu «la decimazione della rete. Oltre ai tanti nodi chiusi perché sottoposti a sequestro, e che non riaprirono più, fummo in molti a ritenere che il rischio derivante dal gestire un BBS fosse assolutamente ingiustificato e a chiudere le attività[445]».

2.8. PlayStation Generation

Il 29 settembre 1995 entrò prepotentemente nel mercato europeo un nuovo player, la Sony e la sua console PlayStation, che non solo spezzò il duopolio Nintendo/SEGA, ma diede il via ad una rivoluzione culturale, modificando l'opinione pubblica nei confronti dei videogiochi, sempre meno considerati «aggeggi nati per sollevare dalla noia gente sfaccendata[446]» (come li aveva definiti il giudice della prima sentenza nel caso *Bartolini v. Siddam*), o corruttori della gioventù, ma un'importante forma di intrattenimento di massa dalle caratteristiche peculiari.

In Italia, la PlayStation fu la prima console ad uscire dai negozi specializzati e di giocattoli ed essere venduta anche nelle grandi catene di elettronica, forte di una campagna pubblicitaria invasiva e dedicata anche ad un pubblico maturo. In precedenza, le pubblicità italiane di Nintendo e SEGA, curate rispettivamente da Mattel[447] e Giochi Preziosi, erano confinate nelle riviste per ragazzi come *Topolino* e all'interno dei programmi televisivi pomeridiani come *Bim Bum Bam* e *Solletico*. Gli

[443] Rutigliano, Giorgio, *art.cit.*, 11 maggio 2015.
[444] *Ibid.*
[445] *Ibid.*
[446] Gaudenzi Sirotti, Andrea, *art.cit.*, aprile 2008.
[447] Mattel fu distributore italiano ufficiale del NES, mentre per lo SNES il ruolo fu affidato alla GIG.

spot erano espressamente dedicati agli adolescenti, sia quelli della Nintendo, con un giovane Jovanotti che usa *Super Mario Bros*. come scusa per sedurre una ragazza fino ad esserne direttamente i protagonisti nelle pubblicità di SNES e Game Boy, che della SEGA, con la partecipazione di personalità calcistiche e televisive celebri tra i giovani, come Roberto Mancini, Walter Zenga e soprattutto Jerry Calà, la cui battuta finale – "ocio però, sono Giochi Preziosi!", con riferimento al distributore italiano – era tra le più citate nei cortili delle scuole dell'epoca. Gli spot televisivi della PlayStation, diversamente, erano presenti ad ogni orario e, seppur ironicamente come nel caso della serie di pubblicità *S.A.P.S. Società Anti PlayStation*, si rivolgevano soprattutto ad un pubblico adulto in maniera schietta e provocatoria: *Double Life* (1999), diretta dal veterano del settore Frank Budgen, e *Mental Wealth* (1999) del filmmaker Chris Cunningham erano veri e propri cortometraggi sperimentali cui gli spot Nintendo e SEGA avevano ben poco da spartire. Inoltre, la PlayStation non si trovava solo in televisione, ma sui quotidiani, nelle inserzioni cartellonistiche stradali, negli eventi sportivi come la Champions League, dando l'impressione che i videogiochi fossero improvvisamente diventati "adulti". Soprattutto, il catalogo dei titoli offerti nel corso degli anni era di qualità elevatissima, con l'esordio di serie videoludiche poi diventate iconiche (solo alcune: *Resident Evil*, *Silent Hill*, *Metal Gear Solid*, *Tomb Raider*, *Gran Turismo*, *Tekken*) o titoli di svolta radicale all'interno di serie già note e affermate (*Final Fantasy VII*, *Castelvania: Symphony of the Night*): ben presto per l'opinione pubblica la PlayStation divenne sinonimo di videogioco, e i ragazzi che vi giocavano la "PlayStation Generation".

Dal punto di vista tecnico, la PlayStation si presentava superiore alle console concorrenti, con un sistema a 32 bit[448] e una GPU (*Graphic Processor Unit*) da 1 Mb di RAM dedicata alla gestione di effetti grafici 3D come texture mapping, flat–gouraud shading e alpha blending, in grado di proporre una grafica poligonale paragonabile ai cabinati e ai PC di fascia alta e che trovava unicamente nel SEGA Saturn un possibile concorrente, ma ad un prezzo più elevato (399 dollari contro i 299 della PSX). I videogiochi prodotti erano poi distribuiti su CD–Rom, che non solo mettevano a disposizione più spazio per l'immagazzinamento dei dati ma erano anche molto più economici da produrre rispetto alle cartucce utilizzate nelle precedenti console, così da facilitarne la distribuzione e permettere la lettura anche di CD audio, ampliando le possibilità di utilizzo della console in un primo tentativo di macchina multimediale.

[448] Non era la prima console a introdurre tale sistema – citiamo quanto meno il Panasonic 3DO Interactive Multiplayer (distribuito solo negli USA dall'ottobre 1993), l'Amiga CD32 (della Commodore, distribuito tra il 1993 e il 1994), l'Atari Jaguar (pubblicizzato come la "prima console a 64 bit", montando in realtà due CPU da 32 bit, che non è la stessa cosa, in vendita dal 1993 al 1996) – ma fu la macchina che lo impose come standard, assieme al SEGA Saturn, uscito nello stesso anno.

Infine, Sony, a differenza di Nintendo e Sega, scelse di non formare un team interno di sviluppo, ma di affidarsi completamente alle software house *third party*. La PlayStation permetteva lo sviluppo di giochi in linguaggio C, meno complesso rispetto al linguaggio Assembly cui erano obbligati gli sviluppatori su Saturn per poter eguagliare le prestazioni della console Sony: alla fine del 1996, si registrano circa 400 giochi in produzione per PlayStation, mentre per il Saturn la metà, circa 200[449].

A sviluppare per Sony erano poche software house italiane, come Trecision e NAPS Team. Soprattutto quest'ultima esordì sulla PlayStation con un altro picchiaduro dopo *Shadow Fighter*, questa volta a scorrimento, *Gekido* (2000), dal buon successo di critica e pubblico tanto da portare a un sequel, *Gekido Advance: Kintaro's Revenge* (2002, per GameBoy Advance), e vari recenti porting di quest'ultimo su altre piattaforme (Nintendo Switch, 2017, ed è annunciata per il 2018 la versione per PlayStation 4). Oltre *Gekido*, NAPS Team sviluppò altri otto giochi per PlayStation, per quanto dalle evidenti poche pretese e per lo più ripetitivi: gli shooter 3D *Jet Ace* (2003) e *Silent Iron* (2004) presentano ad esempio le stesse grafiche e meccaniche di gioco, a cambiare è solo l'ambientazione, un combattimento aereo per il primo, uno scontro fantascientifico tra robot e alieni per il secondo. Lo stesso per *Hot Shot* (2003) e *Wanted* (2004), target games identici nelle meccaniche e nelle dinamiche ma posizionati in contesti diversi, urbano con lo scontro a fuoco tra un poliziotto e ondate di malavitosi il primo, da film western il secondo, con una sparatoria tra cacciatori di taglie e ricercati.

2.9. Pirateria (2)

La supremazia Sony era evidente non solo nei dati di vendita, la PlayStation stava rivoluzionando anche l'editoria videoludica italiana. Riccardo Albini ricorda che «[...] mentre fino a poco tempo prima era esistito un duopolio formato da Nintendo e Sega (con gli ultimi colpi di coda dell'Atari), con l'avvento delle console a 32 bit il predominio della PlayStation sulle altre console si fece incontrastato. Ciò rese editorialmente obsoleto il format della rivista multipiattaforma[450]». Riviste importanti come *Game Power* vennero scalzate da mensili dedicati alla console Sony, di cui la principale era *PlayStation Magazine* (pubblicata dal settembre 1996), che «nel suo periodo d'oro [...] arrivò a tirare qualcosa come 100.000 copie a numero (con in allegato un CD–ROM con le demo dei giochi in uscita), ciascuna venduta a 15.000 Lire, stabilendo così una supremazia

[449] Shino, Naoki, Ogasawara Nob, Major, Mik, *Sony PlayStation Expo '96*, GamePro, IDG Publishing, n.101, febbraio 1997, p.44. (https://archive.org/details/GamePro_Issue_101_Volume_09_Number_02_1997-02_IDG_Publishing_US/page/n45).
[450] Reiser, Costanzo Colombo, *art.cit.*, 24 novembre 2015. (http://www.prismomag.com/riviste-di-videogiochi-in-italia/).

editoriale che rispecchiava quella della PlayStation sulla concorrenza[451]». E metteva in luce un'altra problematica, la facilità di copia dei giochi per PlayStation, che la rese una delle console più "piratate" della storia videoludica.

Di certo l'attività pirata, in Italia, non si era fermata dopo l'approvazione della legge 518/92, aveva semplicemente cambiato obiettivo, seguendo il mercato: non più cassette e floppy disc per *home computer* nelle edicole, ma CD–Rom per PC e console venduti capillarmente dagli ambulanti nelle città. Riguardo alla PlayStation, era sufficiente sostituire il chip originale della console con uno facilmente reperibile e poco costoso[452], il Modchip Multimode 3, per poter usufruire di ogni possibile gioco copiato. Se da un lato la scelta del CD come supporto, di basso costo produttivo, si rivelò felice rispetto alle cartucce di Nintendo e SEGA (si registrano casi di giochi terminati ma non distribuiti proprio a causa del costo di produzione dei supporti), dall'altro duplicarli era un'operazione incredibilmente semplice, bastava possedere un masterizzatore, portando al dilagare delle copie pirata. A cavallo tra gli anni Novanta e Duemila, tra le bancarelle degli ambulanti nelle città e sulle spiagge italiane era possibile trovare decine di giochi copiati per PlayStation, venduti in singole bustine trasparenti con una copertina fotocopiata a 5 o 10.000 lire, quando un gioco originale ne costava circa 100.000. Alle volte il CD conteneva giochi diversi, alle volte era una compilation musicale o addirittura senza contenuti, "vergine", ma il rischio era giustificato dal prezzo. Inoltre, molto spesso l'offerta degli ambulanti era composta da titoli di importazione, non distribuiti ufficialmente e quindi altrimenti introvabili.

In tale contesto, i CD di *demo* offerti in allegato alle riviste acquisivano un'importanza spropositata. Ancora Albini: «[...] magari chi comprava il *Playstation Magazine* nemmeno lo leggeva, però poteva provare gratuitamente i giochi e decidere se recuperare una copia pirata da qualche parte. Visto con gli occhi del lettore–consumatore, quindi, l'elevato prezzo di copertina non era una spesa, bensì un investimento e, in tal senso, chi deteneva i diritti di pubblicazione di questi CD aveva, di fatto, il controllo del mercato[453]».

Nel 1999, la Guardia di Finanza sequestra a Catanzaro oltre 400 CD contenenti software illegalmente duplicato, ma il Tribunale del Riesame annulla il sequestro probatorio «ritenendo che ricorresse fattispecie di norma penale in bianco per carenza di disciplina regolamentare con riferimento all'art.171-ter lettera c) della legge 633/41[454]». In altre parole, non vi erano le basi legali

---

[451] *Ibid.*
[452] Operazione questa che richiedeva comunque una minima abilità di saldatura, pena la perdita della console, ma per nulla complessa.
[453] Reiser, Costanzo Colombo, *op.cit.,* 24 novembre 2015.
[454] Ottaviano, Silvia, de Grazia, Luca M., *Diritto d'autore: commento a sentenza Corte di Cassazione n. 1204/99*, Diritto.it, [data non pervenuta]. (https://www.diritto.it/rubriche/diritto_di_internet/comm_sentenza1204_99.html).

per il sequestro. Dovrà intervenire la Corte Suprema, che con la sentenza n. 1204/99 sottolinea invece come l'art. 171-ter faccia riferimento a *tutte le immagini in movimento*, e che i videogiochi, in quanto "programmi per elaboratori" contenti immagini in movimento, devono ritenersi compresi nella tutela della legge, accettando il ricorso del pm di Catanzaro e annullando l'ordinanza del Tribunale.

Si rese necessario aggiornare la legge sul Diritto d'autore, cosa che avvenne il 18 agosto 2000 con la ratifica della Legge 248/00, ulteriormente modificata nel 2003 con il Decreto Legislativo n.68 del 9 aprile, emanato in attuazione della Direttiva 2001/29/CE "sull'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione". Vengono compresi nella protezione «i programmi per elaboratore, in qualsiasi forma espressi purché originali quali risultato di creazione intellettuale dell'autore. [...] Il termine programma comprende anche il materiale preparatorio per la progettazione del programma stesso[455]» (art. 2, comma 8), e viene incrementata l'importanza della SIAE, cui viene confermato l'affidamento della tenuta di «un registro pubblico speciale per i programmi per elaboratore. In tale registro viene registrato il nome del titolare dei diritti esclusivi di utilizzazione economica e la data di pubblicazione del programma, intendendosi per pubblicazione il primo atto di esercizio dei diritti esclusivi[456]» (art.103, comma 4). Ma l'iscrizione nel registro SIAE di "programmi per elaboratore" è da considerarsi «facoltativa ed onerosa[457]» (art.105, comma 3), per quanto consigliata, offrendo una serie di ulteriori protezioni dedicate agli aderenti, e maggiori sanzioni a chi "pirata" opere contrassegnate con il marchio SIAE. Se infatti l'art. 171, comma 1 impone multe «da lire 100.000 a lire 4.000.000[458]» a chiunque, a qualsiasi scopo e in qualsiasi forma «vende o mette in vendita, riproduce, trascrive, recita in pubblico, diffonde altrimenti in commercio un'opera altrui o ne rivela il contenuto prima che sia reso pubblico, o introduce e mette in circolazione nel territorio dello Stato esemplari prodotti all'estero contrariamente alla legge italiana[459]», nell'art. 171-bis, comma 1 viene specificato che «chiunque abusivamente duplica, per trarne profitto, programmi per elaboratore o ai medesimi fini importa, distribuisce, vende, detiene a scopo commerciale o imprenditoriale o concede in locazione programmi contenuti in supporti non contrassegnati dalla Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE), è soggetto alla pena della reclusione da sei mesi a tre anni e della multa da lire cinque milioni a lire trenta milioni[460]». Si tratta di sanzioni che, nel caso di assenza di bollino SIAE,

[455] Governo della Repubblica Italiana, *Legge n.248. Nuove norme di tutela del diritto d'autore*, Gazzetta Ufficiale n.206, 4 settembre 2000.
[456] *Ibid.*
[457] *Ibid.*
[458] *Ibid.*
[459] *Ibid.*
[460] *Ibid.*

vengono applicate solo in situazioni particolarmente gravi di lucro (come la riproduzione di almeno 50 copie di un'opera protetta – art.171-ter, comma 2[461]). Ricorda Michele Di Pisa che

> «*con i dirigenti* [della SIAE] [...] *ho avuto modo di sciabolare a lungo, nella veste di rappresentante degli editori di riviste d'informatica, in occasione della stesura del regolamento attuativo della nuova legge sul diritto d'autore n.ro 248 del 2000. L'oggetto del contendere era l'obbligatorietà dell'apposizione del loro contrassegno a qualsiasi supporto informatico: una vera e propria gabella che avvantaggiava soltanto i bilanci di quell'ente; non certamente gli editori di software, dato che la vera pirateria moderna non è più rappresentata dalla duplicazione illegale, quanto dall'installazione abusiva su un numero illimitato di computer dello stesso CD acquistato e duplicato regolarmente. Per le riviste, questa pretesa rappresentava un aggravio del 30% circa del costo dei CD, oltre che una pastoia burocratica inutile e forse anche anticostituzionale. Alla fine è venuto fuori un regolamento, sotto molti punti di vista palesemente extra legem, che sanciva la non obbligatorietà del contrassegno*[462]».

2.10. Crisi

Durante gli anni Duemila, il videogioco italiano vede peggiorare ulteriormente la sua condizione, concretizzando una serie di problematiche tuttora non risolte. Nonostante l'apertura di primi corsi professionalizzanti privati, la fondazione di varie associazioni dedicate alla diffusione della cultura del videogioco, la creazione di siti dove gli sviluppatori amatoriali e non solo possono incontrarsi virtualmente per scambiare opinioni e materiali, un costante aumento delle vendite hardware e software, persiste una fortissima diffidenza nel medium sia da parte delle istituzioni che di possibili finanziatori. Le software house presenti sono poche e faticano a produrre giochi originali, costrette a dedicarsi al mercato b2b per finanziare i propri progetti.

Il settore è dominato dalle console, Sony in particolare, che replica il successo della PlayStation con PlayStation 2 (2000[463]) e PlayStation 3 (2007) ed entra sul mercato delle *hand-held* con la PlayStation Portable (2005); Nintendo arranca nelle vendite delle pur ottime console Nintendo64 (1997) e GameCube (2002), salvata dalla bancarotta dal settore hand–held dominato con le varie evoluzioni del GameBoy – GameBoy Color (1998), GameBoy Advance (2001), Nintendo DS

---

[461] *Ibid.*
[462] Roberto, [cognome ignoto], *art.cit.,* 21 gennaio 2008.
[463] Al 2012, un anno prima della sua dismissione, la PlayStation 2 è la console più venduta di sempre con 155 milioni di unità vendute nel mondo.

(2004) –, a differenza di Sega, costretta nell'aprile 2001[464] a chiudere la sezione hardware dopo il disastro commerciale del Dreamcast (1999) per concentrarsi sul publishing di giochi *third party*. Il vuoto lasciato da Sega viene subito colmato dalla Microsoft e dalle sue console XBox (2001) e XBox 360 (2006), in grado di competere con Sony grazie alla vasta disponibilità economica dell'azienda, mentre Nintendo torna in auge con il rilascio della rivoluzionaria Wii (2007), modificando l'intero mondo del gaming con un catalogo di titoli dedicati ai *casual gamers*[465]. Il PC si impone per potenza hardware e versatilità di utilizzo, ma per la maggioranza degli utenti rimane troppo costoso e complesso da utilizzare rispetto alle console, perdendo terreno sul mercato rispetto a queste ultime, anche a causa della forte, onnipresente pirateria nonostante le nuove leggi approvate dal governo. Qualche segnale positivo arriva dal nascente mercato mobile, con i principali operatori del settore, Vodafone, Wind e Tim, che dal marzo 2002 forniscono servizi per il download di piccoli videogiochi su telefoni cellulari, generando centinaia di migliaia di download al mese e portando le tre aziende a decidere di ricoprire anche il ruolo di publisher videoludico, per quanto stringendo accordi con sviluppatori esteri e raramente con software house italiane. Il caso più importante è commissionato dalla Wind alla Trecision, il già citato *Martin Mystere* su licenza della Bonelli Editore, che viene pubblicato il 21 novembre 2002 secondo un modello per il quale «lo sviluppatore tratteneva la fetta più grande del prezzo al pubblico, mentre l'operatore si accontentava di un 20–30% [...] oltre al traffico dati generato dall'utente per effettuare il download[466]»: il successo del gioco porta dal 2003 alla nascita di numerose start-up focalizzate sul mobile gaming[467], ma la maggior parte di queste ha vita breve anche a causa di un mercato ancora in via di definizione e in costante mutamento, dove si segnalano bizzarre sperimentazioni commerciali. NetAddiction s.r.l., ad esempio, nel 2007 tenta la vendita pacchettizzata di giochi per mobile tramite negozio, alla stregua dei giochi per console, sotto il brand Wirelessgaming.it: «all'interno della confezione, costo cinque euro, si trovava una card contenente un codice segreto da inviare via sms. Di risposta si otteneva un *wap push*[468] per avviare il download del gioco acquistato[469]». Soluzione che, come facilmente prevedibile, non ebbe molto successo, basata sul «non senso [di] creare un packing attorno ad un bene che per sua natura non ne necessita[470]».

[464] Kent, Steven L., *The Ultimate History of Video Games*, Three Rivers Press, New York, 2001. [Edizione Kindle]
[465] Juul, Jesper, *A Casual Revolution*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2010.
[466] Viola, Fabio, *op.cit.*, 2011, p.92.
[467] *Ivi*, p.98.
[468] Messaggio crittografato che include un link a un indirizzo WAP (*Wireless Application Protocol*), protocollo di trasferimento dati utilizzato dai cellulari per accedere a servizi «attraverso un browser che simulava la prestazione dei browser PC» (Viola, Fabio, *op.cit.*, p.81).
[469] Viola, Fabio, *op.cit.*, p.98.
[470] *Ibid.*

In generale, in Italia le barriere di accesso al mercato videoludico si fanno sempre più impervie, con l'aumento dei costi di sviluppo e distribuzione cui solo poche software house riescono a far fronte, solitamente finanziate da publisher internazionali, relativamente interessati al mercato italiano. Escludendo Sony e Microsoft, presenti in Italia rispettivamente dal 1981 e dal 1985 con succursali dedicate ai settori dell'hardware e dell'informatica prima degli exploit videoludici di PlayStation e XBox, è la EA la prima multinazionale dedicata al gaming ad aprire una sede a Milano nel 1996, seguita da Activision (2001), Nintendo (2002) e altre: si limitavano però alla distribuzione e localizzazione del proprio catalogo. Ubisoft è l'unica che decide di investire in Italia, fondando nel 1998 una sussidiaria a Milano con un team di sviluppatori interno reclutato tra i programmatori italiani e affidato a Dario Migliavacca. Attualmente è la maggior software house italiana dopo Milestone[471], con compiti di porting e collaborazioni in giochi tripla–A come *Just Dance* (2009) e alcuni titoli delle serie *Assassin's Creed* e *Tom Clancy's Rainbow Six* per ogni piattaforma.

Anche le aziende distributive italiane raramente si interessano alla produzione videoludica nazionale. Agli inizi del millennio, le principali compagnie attive sono le storiche CTO, Leader e Digital Bros. La prima, fondata da Marco Madrigali con sede a Zola Pedrosa (Bologna) nel 1983, stipula contratti con alcune delle major internazionali più importanti per la distribuzione in Italia dei propri cataloghi, tralasciando gli studi compatrioti: è grazie alla CTO che nella penisola arrivano ad esempio i capolavori della LucasArts e i giochi della EA, portando l'azienda a eccellenti guadagni e alla quotazione in borsa nel 2000[472]. Sarà proprio la EA a vanificare il sogno: nel luglio 2003 la multinazionale americana decide di rescindere il contratto con CTO e affidare la distribuzione italiana del suo catalogo alla Leader[473], togliendo di fatto all'azienda di Madrigali almeno il 65% del suo fatturato[474]. A nulla è servito ricorrere alle vie legali: dopo pochi mesi, al gennaio 2004, la CTO registra perdite fino a 14.4 milioni di euro, con un valore della produzione sceso a 5.3 milioni di euro contro i 60.1 del marzo dell'anno precedente[475], e dichiara fallimento.

Oltre agli accordi con EA, la Leader di Varese nel 2001 ottiene la distribuzione ufficiale della nuova console Microsoft, l'XBox, e del relativo software, e nel 2003 stringe una partnership con

---

[471] Gandolfi Enrico, *op.cit.*, 2015, pp. 309-310.
[472] Redazione Wall Street Italia, *CTO: presto quotata al nuovo mercato di Milano*, Wall Street Italia, 9 maggio 2000. (http://www.wallstreetitalia.com/cto-presto-quotata-al-nuovo-mercato-di-milano/).
[473] Redazione GameSurf, *Leader distribuirà EA*, GameSurf, 15 luglio 2003. (http://gamesurf.tiscali.it/news/leader-distribuira-ea-c17935.html).
[474] Minucci, Walter, *Electronic Arts contro Cto: e non per gioco*, Il Corriere della Sera, 7 luglio 2003. (https://web.archive.org/web/20151219114656/http://archiviostorico.corriere.it/2003/luglio/07/Electronic_Arts_contro_Cto_non_ce_0_030707297.shtml).
[475] Redazione Corriere di Bologna, *Madrigali, ultimo atto: prescrizione*, Il Corriere di Bologna, 21 gennaio 2012. (https://corrieredibologna.corriere.it/bologna/notizie/basket_city/2012/21-gennaio-2012/madrigali-ultimo-atto-prescrizione-1902955250615.shtml).

Milestone per lo sviluppo dei loro giochi[476]: tutto questo viene formalizzato nel 2004, con la nascita di Black Bean Games, divisione dedicata al publishing per PC e console. Della trentina di giochi pubblicati in tutto da Black Bean Games, tredici sono sviluppati dalla Milestone, di cui i principali sono cinque titoli della serie *SBK* (dal 2007) e due per la serie *World Rally Championship* (dal 2010), mentre gli unici altri giochi italiani distribuiti sono *Diabolik: The Original Sin* (2008, PC) e *Ico Soccer* (2009, DS) di Artematica. Nonostante il successo, la crescente importanza del *digital delivery* e del mercato globale mette in difficoltà Leader, la cui fortuna era legata soprattutto alla distribuzione fisica locale, fino al 2012, quando le perdite costringono a dichiarare bancarotta[477]. Black Bean Games, che grazie al lavoro di Milestone era l'unica divisione della Leader in attivo, viene acquistata dalla stessa software house milanese, confermandosi come il team di sviluppo e distribuzione più grande d'Italia[478].

Digital Bros, al contrario, saprà gestire al meglio il passaggio alla *digital delivery*, adattandosi con successo al mercato globale e dei mobile games. Fondata a Milano nel 1989 dai fratelli Rami e Raffaele Galante, tramite il brand Halifax distribuisce in Italia giochi del calibro di *Tomb Raider, Resident Evil, Metal Gear Solid*, arrivando anch'essa alla quotazione in borsa nel 2000. A differenza di CTO e Leader, Digital Bros punta sull'internazionalizzazione dell'azienda, aprendo nel 2007 sedi negli Stati Uniti, Gran Bretagna, Francia, Spagna e Germania e creando il marchio 505 Games, dedicato al publishing e alla distribuzione videoludica a livello globale, fino al passaggio completo al *digital delivery* nel 2012[479].

Il confronto con le realtà estere è comunque desolante. «Mi ritengo uno degli "anziani" di questo settore, avendo iniziato circa 12 anni fa. In tutto questo tempo ho visto moltissimi team di sviluppo nascere e morire poco dopo nel nostro paese[480]», commenta Pietro Montelatici in un'intervista del 2002. «Siamo sempre stati pochi, ci siamo sempre contati sulle dita di una mano, mentre in Inghilterra, tanto per fare un esempio, sono centinaia. Parlavo poco tempo fa con il CEO di un importante gruppo inglese che mi diceva che in Inghilterra ci dovrebbero essere qualcosa come 270 team di sviluppo (compresi quelli molto piccoli) e il settore occupa circa 7.000 persone[481]». Nel 2001, per i fondatori della software house palermitana 7th Sense, «su un centinaio di team che

---

[476] Milestone, *Timeline 2002-2003*, sito ufficiale. (http://milestone.it/azienda/timeline/).
[477] Lepido, Daniele, *Varese dice addio ai videogiochi*, Il Sole 24 Ore, 3 giugno 2012. (http://www.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2012-06-03/varese-dice-addio-videogiochi-081215.shtml?uuid=AbVAAZmF&refresh_ce=1).
[478] Carboni, Nicolò, *Leader chiude definitivamente*, BadGames.it, 4 giugno 2012. (https://www.badgames.it/2012/06/04/leader-chiude-definitivamente/).
[479] Digital Bros, *Chi siamo*, sito ufficiale. (http://www.digitalbros.com/la-storia/).
[480] Redazione Multiplayer.it, *Intervista a Pietro Montelatici, presidente di Trecision*, Multiplayer.it, 10 giugno 2002. (https://multiplayer.it/articoli/intervista-a-pietro-montelatici-presidente-di-trecision.html).
[481] *Ibid.*

operano a livello amatoriale sul territorio nazionale, solo un paio può verosimilmente sperare di interessare eventuali finanziatori o publisher. D'altro canto, le risorse necessarie per coprire un ciclo di produzione di un titolo per PC o console oscillano da svariate centinaia di milioni a qualche miliardo. A questo si aggiunge in Italia una certa diffidenza da parte degli investitori privati, specialmente nel sud, nei confronti di attività connesse all'intrattenimento elettronico. Così, spesso non resta che affrontare il rischio di periodi anche lunghi di sviluppo non retribuito nella speranza di interessare un publisher o eventuali finanziatori con un prodotto pressoché finito[482]».

Per quanto si segnalino pionieristiche iniziative private di sostegno alle software house italiane – il servizio *LaunchPad* istituito dalla Trecision, concepito per «aiutare i team di sviluppo italiani emergenti, diamo loro supporto commerciale, manageriale, assegniamo un producer esterno al loro progetto e in alcuni casi diamo loro anche i kit di sviluppo come è successo per PM Studios ai quali abbiamo dato i kit per il GBA[483]», e conclusosi nel 2003 con il fallimento della S.p.a. di Montelatici – sono molti gli sviluppatori che decidono di tentare la fortuna all'estero. Tra questi, Riccardo Zacconi, muovendosi tra Svezia e Inghilterra, fonda nel 2003 King.com Limited, e dopo un periodo dedicato allo sviluppo di browser games si focalizza sul mercato mobile producendo *Candy Crush* (2012), match-3 per mobile il cui successo ha portato alla vendita della società ad Activision/Blizzard per 5.9 miliardi di euro nel 2016[484]; Christian Cantamessa, dopo gli esordi in Dynabyte e Trecision, si sposta negli Stati Uniti dove lavora alla Rockstar Games come sceneggiatore di *Manhunt* (2004), *Manhunt 2* (2007) e *Red Dead Redemption* (2010); Massimo Guarini inizia la sua carriera nel 1999 lavorando per Ubisoft, prima di andare in Giappone ed entrare nella software house Grasshopper Manufacture, prima di tornare in Italia e fondare Ovosonico nel 2012[485]; Andrea Pessino, dopo un periodo presso la Blizzard, nel 2003 è tra i co–fondatori dello studio americano Ready at Dawn[486], dove sviluppa titoli tripla-A come *The Order: 1886* (2015).

Gli studi che decidono di rimanere in patria si vedono costretti a cercare difficili accordi con i publisher internazionali o con Sony e Nintendo per l'affidamento di qualche porting di giochi terzi per le rispettive hand–held console, sperando di attirare l'attenzione su di sé con eventuali opere

---

[482] Martini, Alessandro, *Avventure grafiche portatili: intervista ai 7th Sense*, Videogame.it, 16 gennaio 2001. (http://www.videogame.it/avventure-grafiche-portatili-intervista-gbc/1147/avventure-grafiche-portatili-intervista-ai-7th-sen.html).
[483] Redazione Multiplayer.it, *art.cit.*, 2002.
[484] Makuch, Eddie, *Activision Blizzard Becomes "Largest Game Network in the World" With Candy Crush Dev Buyout*, GameSpot.com, 23 febbraio 2016. (https://www.gamespot.com/articles/activision-blizzard-becomes-largest-game-network-i/1100-6435014/).
[485] Sinclair, Brendan, *New IP is the future - Shadows of the Damned director*, GameSpot.com, 27 luglio 2011. (https://www.gamespot.com/articles/new-ip-is-the-future-shadows-of-the-damned-director/1100-6325068/).
[486] Gandolfi Enrico, *op.cit.*, 2015, p.309.

precedenti o, più generalmente, con delle tech demo[487], ma ben poche sono quelle che riescono negli intenti. RayLight Games[488], fondata a Napoli nel 2000 da Francesco Paduano, Massimiliano Di Monda e Fausto Cardone e ancora attiva, entra in contatto con compagnie come «EA, Namco, Midway and Activision [...] that allowed us to work on titles such as *Wing Commander Prophecy, Street Racing Syndicate, Spider–man, Ozzy & Drix*[489]» dopo il secondo posto ottenuto all'E3 di Los Angeles nella categoria Best Technological Excellence nel 2002 con la tech demo del loro engine *BlueRose*, in grado di permettere la realizzazione di giochi in 3D per il GameBoy Advance, considerato impossibile date le limitate potenzialità hardware dell'hand–held della Nintendo.

Allo stesso modo la già citata 7th Sense, fondata ufficialmente a Palermo nel 2001 da un piccolo gruppo di amici grafici e programmatori[490], già collaboratori dal 1997 per piccoli giochi amatoriali e lavori per conto terzi, ottiene visibilità grazie ad alcune *tech demo* dei loro engine, *PEUCK* (per lo sviluppo di giochi 3D) e *Stupid Engine* (dedicato al GameBoy Color)[491], tramite i quali diventa sviluppatore ufficiale per Nintendo con un contratto con il publisher francese Microïds per una serie di giochi per l'*hand–held* del produttore giapponese. L'esordio è *The Fish Files* (2001), un'avventura grafica su IP originale dal discreto successo di critica e pubblico, dato il genere insolito per il GBC, cui seguirà una seconda avventura grafica, *The New Addams Family Series* (2002), e la produzione di due adventure/RPG su licenza fumettistica, *Mandrake*[492] e *The Phantom*[493], entrambi terminati nel 2003 ma mai distribuiti a causa dei problemi finanziari della Microïds di cui era publisher.

Altre software house sono costrette ad operare in più aree oltre quella specifica dell'intrattenimento videoludico, configurandosi principalmente come consulenti tecnici e fornitori di servizi internet per aziende private, realizzando prodotti per il mercato b2b[494]. Vengono sviluppati soprattutto advert games, educational games e primi esperimenti di gamification in ambito lavorativo e scolastico, spesso dalla fruizione limitata nel tempo a campagne pubblicitarie o eventi, allo scopo di poter racimolare le quote necessarie alla produzione di progetti più sentiti e personali. Artematica è

---

[487] Filmati, non necessariamente giocabili, atti a dimostrare le potenzialità di un *game engine* sviluppato autonomamente da una software house.
[488] RayLight Games, *Sito ufficiale*, 2018. (http://www.raylightgames.com/).
[489] U64 Staff, *Unseen Interview: Massimiliano Di Monda (Raylight Studios)*, Unseen64.net, 14 dicembre 2016 (https://www.unseen64.net/2016/12/14/interview-massimiliano-dimonda-raylight-studios/).
[490] Tra questi, Vincenzo Alagna, Fabio Viola e Sebastiano Mandalà. Soprattutto i secondi in seguito formeranno software house di successo, il primo nell'ambito della gamification e del mobile con la Digital Fun, il secondo nel settore dei multiplayer online fondando FreeJam in Inghilterra.
[491] Martini, Alessandro, *art.cit.*, 16 gennaio 2001.
[492] Monokoma [nickname], *Mandrake: The Shadow of the Vehme*, Unseen64.net, 22 marzo 2009. (https://www.unseen64.net/2009/03/22/mandrake-the-shadow-of-the-vehme-gba-unreleased/)
[493] Monokoma [nickname], *The Phantom: The Ghost Who Walks*, Unseen64.net, 2 aprile 2009. (https://www.unseen64.net/2009/04/02/the-phantom-the-ghost-who-walks-gba-unreleased/)
[494] Gandolfi Enrico, *op.cit.*, p. 308.

tra le più attive nel settore advert, a partire da *Cocco Game* (1999) per Kinder & Ferrero e in seguito con lavori per Fiat, TIM, Juventus, Nestlè, Granarolo, il brand Winx, spaziando dalle piattaforme PC al mobile fino ai social network. Altri esempi sono Twelve Interactive che lavora per Renault, Orbit e Vodafone, Melazeta per Geox, GhostShark Games per Barilla, Dysotek per Despar, NAPS Team per Dolphin, ArticNet per la compagnia assicurativa QuiXa. Si tratta per lo più di semplici browser game dedicati ad un pubblico *casual*, evidenti lavori "alimentari", ma si segnalano anche giochi più complessi: Prograph sviluppa due avventure grafiche, *Prezzemolo in una giornata da incubo* (2003) e *Prezzemolo in un viaggio da sogno* (2004), con protagonista la mascotte del parco divertimenti Gardaland; Sylphe Labs il gestionale *LoackerLand* (2013) per la nota azienda dolciaria. Si segnala anche una discreta produzione di giochi su licenza di programmi televisivi, promossi dalle principali aziende televisive italiane, sia pubbliche che private. La RAI commissiona a Milestone un gioco basato sul quiz show *L'eredità* (2003) e a 7th Sense l'avventura grafica *Gino il Pollo* (2007), protagonista l'omonimo personaggio nato sul web e poi diventato serie animata per la televisione di Stato; Mediaset, tramite la controllata Medusa Distribuzione, oltre al già citato *Grande Fratello: The Game* (2002) della Trecision, finanzia la produzione del platform 3D *Zero Comico* (2003) da parte di GMM Entertainment[495], gioco ufficiale del trio comico Aldo, Giovanni e Giacomo, il quiz game *Cultura moderna* (PM Studios, 2007), e le avventure grafiche *Lucignolo: The Game* (7th Sense, 2007), dal programma kitsch in onda su Italia1, e *R.I.S. - Delitti imperfetti* (Artematica, 2008), dalla serie poliziesca trasmessa su Canale5. Sono tutti lavori di qualità medio–bassa (*R.I.S.* ad esempio ottiene dalla rivista *The Game Machine* il voto di 57/100[496]), esplicitamente dedicati al mercato italiano e tornati alla ribalta in ottica ironica in tempi grazie a youtuber come Fraws di *Parliamo di videogiochi*, che ne recensisce alcuni nella sua rubrica *Giochi brutti*[497].

Altre software house dedicano la propria produzione al settore dei serious ed educational games. Ivan Venturi, conclusasi nel 1999 l'esperienza con Colors Arti Multimediali, fonda Koala Games (poi TiconBlu) assieme al programmatore Massimiliano Di Fraia nel giugno 2003, allo scopo di «sviluppare e produrre videogiochi specificamente rivolti a un pubblico "piccolo" con tematiche didattiche, quali la matematica, la logica, le lettere, e le nuove discipline della "convivenza civile" [...] quali l'educazione ambientale, stradale, alla salute e così via. Quando è nata la nostra azienda

---

495 Massasso, Maurizio, *Intervista alla GMM Entertainment,* OldGamesItalia.it, 2 marzo 2015. (http://www.oldgamesitalia.net/interviste/intervista-alla-gmm-entertainment). Originariamente pubblicata il 15 luglio 2000 su GameProg.it (non più raggiungibile)

496 Seggio, Luca, *RIS - Delitti imperfetti*, The Game Machine, n.234, maggio 2008, p.91. (https://archive.org/stream/the-games-machine-italia-234#page/n88/mode/1up).

497 Si veda: Miceli, Francesco, *Giochi brutti EP43 - Zero Comico*, *Parliamo di videogiochi*, 15 gennaio 2016. (https://www.youtube.com/watch?v=rU9n7ZfZYcc); Miceli, Francesco, *Giochi Brutti - EP28 Lucignolo Bellavita*, *Parliamo di videogiochi*, 9 marzo 2013. (https://www.youtube.com/watch?v=EXCV8vkJSJU).

abbiamo scelto di dedicarci alla nicchia dei videogiochi didattici, [anche] per il "vuoto" che abbiamo notato nel settore, e per la possibilità di fornire questi prodotti al mercato delle pubbliche amministrazioni, che sono i nostri clienti principali, scuole comprese[498]». I giochi sviluppati da TiconBlu toccano temi come l'integrazione (la serie *Migragames*), le disabilità fisiche e mentali (il progetto *ComeSe*, la serie *Audiogame* per ipovedenti), la sicurezza stradale (*GuidaTu*), la legalità (*The System*), lavorando a progetto e collaborando con decine di istituzioni scolastiche, associazioni ed enti governativi. Similmente, OpenLab, fondata nel 2001[499], si specializza nella gamification per aziende (*The Workplace Challenge*) e in serious games di carattere sociale (*Keep Me Save in Europe*); PM Studios sviluppa la serie *Eco Warriors* (7 giochi tra il 2008 e il 2010) dedicata all'educazione ambientale con il sostegno della Regione Puglia e dell'Unesco[500].

Gli altri giochi rilasciati in questi anni, non basati sul b2b, restano comunque legati al contesto nazionale e alle tipiche passioni extra–videoludiche degli italiani, automobili e calcio soprattutto, puntando dove possibile a replicare le strategie produttive dei grandi studi tripla-A esteri con lo sviluppo in serie di videogiochi sportivi rilasciati con cadenza annuale – dai racing della Milestone[501] ai simulatori di pallavolo e basket della Idoru[502] – o, seguendo la tradizione delle prime software italiane, con opere basate su licenze fumettistiche, con le avventure grafiche di Artematica, *Martin Mystère: Operazione Dorian Gray* (2005), *Diabolik: The Original Sin* (2007), *Julia: Innocent Eyes* (2010) e l'IP originale *Jonathan Danter: nel sangue di Giuda* (2008)[503].

2.11. Associazioni, comunità, politica

A cavallo tra gli anni Novanta e Duemila, vengono fondate alcune associazioni dedicate alla promozione e al supporto dello sviluppo videoludico italiano. La prima è l'AESVI (Associazione Editori e Sviluppatori Videogiochi Italia), fondata nel 2001 al fine di rappresentare inizialmente le poche software house strutturate in ambiti governativi e internazionali. Membro dell'ISFE (Interactive Software Federation of Europe), dal 2004 commissiona e pubblica rapporti annuali sullo stato del mercato videoludico italiano, nel tentativo di dialogare con il governo per ottenere

[498] Giancipoli, Enrico, *Videogiochi, come ci si lavora in Italia?*. PuntoInformatico.it, 16 maggio 2008. (http://punto-informatico.it/2288126/PI/Interviste/videogiochi-come-ci-si-lavora-italia.aspx).
[499] OpenLab, *About*, 2018. (https://www.open-lab.com/about/).
[500] PM Studio, *Ecowarriors - Il progetto*, 2008. (https://www.ecowarriors.it/it/il-progetto.html).
[501] Citiamo i titoli *SCAR-Squadra Corse Alfa Romeo* (2005), *Super-Bikes: Riding Challenge* (2006), *SBK: Superbike World Championship* (2007, 2008, 2009, 2010, 2011), *MotoGP* (2007, 2008), *Superstars V8 Racing* (2009, 2010), *WRC: FIA World Rally Championship* (2010, 2011).
[502] Una vasta produzione di cui ricordiamo *Lega Volley Femminile* (2004, 2006), *Beach Volley Hot Sports* (2005), *Fronte del Basket* (2006, 2007), *International Basketball* (2006, 2007, 2008, 2009), *Real Action Basketball* (2006), *Incredibasketball* (2008), *Incredibeachvolley* (2008), *European Basketball* (2008), *Planet Basket* (2008), *Incredivolley* (2009).
[503] Noto anche con il titolo internazionale *Jonathan Danter: Belief & Betrayal*.

sovvenzioni e misure favorevoli alla creazione di un'industria videoludica italiana, seguendo le orme di quanto si stava già facendo in altri stati europei, Francia, Germania e Regno Unito in testa. In tempi più recenti, comincia a organizzare eventi e raduni come il Game Forum (dal 2009, a Roma) e la Games Week (dal 2013, a Milano) atti a diffondere la cultura videoludica e a creare un network tra tutte le software house italiane, confermandosi come il principale rappresentante dell'industria videoludica italiana.

Una seconda associazione, Associazione Italiana Sviluppatori di Videogiochi – Game Programming Italia, viene fondata nel 2002 come organo ufficiale dell'iniziativa Gameprog, nata come forum nel 1998 con lo scopo di coordinare gli sviluppatori italiani, ma nonostante la buona volontà il suo ruolo rimane marginale, per quanto importante da segnalare perché tra le prime a sfruttare le potenzialità aggregative della rete internet, facendo da apripista ad altre iniziative tuttora attive e seguite, dimostrando come gli spazi virtuali potevano essere luoghi ideali per la creazione di comunità di appassionati.

Così come in altri contesti internazionali, la possibilità di download gratuiti o a poco prezzo di game engine come *RPG Maker, Adventure Game Studio, Adobe Flash, Scratch, Inform*, permette ai più volenterosi di sviluppare i propri giochi e condividerli sui siti delle comunità, dove trovare guide e tutorial, materiali grafici e sonori freeware e open source, e ricevere feedback e consigli. OldGames Italia[504], attiva dal 2002 e dedicata al retrogaming con particolare interesse nelle avventure testuali, al 2018 conta più di 17.000 utenti iscritti al forum interno, permettendo il download di giochi divenuti freeware e i tool per poterli fruire su PC moderni, offrendo tutorial per lo sviluppo con Inform e organizzando game jam dedicate. Dal 2014 ospita inoltre il forum italiano dedicato agli sviluppatori di avventure grafiche con Adventure Game Studio[505].

Adventure Planet[506], forum fondato da Carlo De Cesaris nel 2003 di cui parleremo anche nel capitolo successivo, diventa subito il punto di riferimento per gli appassionati di avventure grafiche, e in pochi anni riesce ad espandersi verso tutti i settori dell'industria videoludica, creando prima il sito e-commerce Adventure Planet Shop nel 2006, e in seguito l'etichetta interna Adventure Productions, specializzata in publishing e distribuzione di opere terze nonché nello sviluppo di opere originali (*Shadows of the Vatican*, avventura grafica sviluppata in collaborazione con 10th Art Studio[507], concepita in 4 episodi ma al momento ferma dopo la pubblicazione delle prime due parti,

---

[504] OldGames Italia, *Home Page*, 2018. (http://www.oldgamesitalia.net/).
[505] A.A.V.V., *AGS - Adventure Game Studio - Il forum italiano*, 22 febbraio 2014. (http://www.oldgamesitalia.net/forum/index.php?showforum=254).
[506] Adventure's Planet, *Home Page*, 2018. (http://www.adventuresplanet.it/index.php#.W8Dp0WgzY2).
[507] Studio grafico con interessi prima audiovisivi che videoludici, composto dagli italiani Ludwig G. Maglione e Tommaso Vitiello e situato a Leimen (Germania).

Atto I: Avarizia, 2011, e *Atto II: Ira*, 2013) e infine aprendo nel novembre 2011 la prima piattaforma italiana di digital delivery per giochi per PC, Zodiac Store[508].

Il forum IndieVault, sulla stregua di GPI, viene lanciato nel 2006 allo scopo di creare uno spazio di condivisione e collaborazione per tutti gli sviluppatori hobbisti italiani, senza specifiche attenzioni a determinati generi o game engine. Anch'esso diventerà punto di ritrovo preferito per molti amatori, e resterà attivo fino al 2016.

Del 2010 è la prima edizione di Svilupparty, organizzato da Ivan Venturi e i componenti della software house Studio Evil e ospitato negli spazi della biblioteca Renzo Renzi a Bologna, diventando in pochi anni il principale appuntamento per sviluppatori e software house indipendenti italiane, speculare rispetto alla Games Week dell'AESVI, concepita come *showcase* soprattutto per le grandi software house nazionali e internazionali.

Importante infine ricordare la fondazione nel 2009 dell'Archivio Videoludico a Bologna, curato di Andrea Dresseno, e nel 2013 del VIGAMUS, il museo del videogioco a Roma, sotto la direzione di Marco Accordi Rickards.

Ciononostante, da un punto di vista culturale, il videogioco in Italia continua ad essere visto da stampa, opinione pubblica e politica sia con sufficienza, come un passatempo infantile, che con apprensione, come un pericoloso corruttore della gioventù. Sono costanti gli attacchi da parte di associazioni come il MOIGE (Movimento Italiano Genitori), mentre i quotidiani generalisti ne parlano esclusivamente in relazione ad eventi tragici accaduti all'estero, come la strage alla Columbine High–School in Colorado o il massacro di Utøya, con rispettivamente *Doom* e *Call of Duty: Modern Warfare* indicati come possibili ispiratori e palestre di allenamento per i killer. Uno dei casi che più fece discutere riguarda la distribuzione di *Rule of Rose* (Punchline, 2006), survival horror per PlayStation 2, che il 10 novembre 2006 guadagna la copertina del settimanale *Panorama* con il titolo "I nuovi videogiochi. Vince chi seppellisce viva la bambina".

Non solo il gioco è esplicitamente presentato come un horror e indicato dal PEGI come non adatto ai minori di 16 anni, come un qualsiasi film dell'orrore, ma la protagonista del gioco in realtà è una ragazza maggiorenne che non viene neanche sepolta: sviene cadendo in una bara durante una cut–

[508] Adriano Bizzocco, marketing manager Adventure Planet: "ancora oggi [2017] Zodiac ha svariate migliaia di utenti registrati, italiani e non, con centinaia di giochi nelle loro gamelist, ai quali proponiamo un catalogo per quanto possibile differente da quello di Steam, cercando di scovare titoli indie da ogni latitudine, sempre rigorosamente story-driven" in Paolillo, Marcello, *Game In Italy - Adventure Productions: intervista ad Adriano Bizzoco*, VideoGamer Italia, 9 luglio 2017. (http://it.videogamer.com/2017/07/09/game-in-italy-adventure-planet-intervista-ad-adriano-bizzoco/).

scene[509] (ergo non interattiva) di natura onirica. É comunque sufficiente all'autore dell'articolo[510], Guido Castellano (successivamente accusato da più parti di aver copiato e ribaltato nelle considerazioni finali i commenti di un utente del forum di Gamesradar[511]) per scatenare una caccia alle streghe nei confronti del videogioco *tout court*, che ha portato anche ad una incredibilmente rapida interrogazione parlamentare (l'"Informativa urgente del Governo sulle iniziative volte ad impedire la vendita di videogiochi che stimolano la violenza[512]" del 14 novembre 2006, quattro giorni dopo la pubblicazione dell'articolo), dove la maggior parte degli interventi si basava e citava unicamente gli aspetti più demagogicamente allarmisti del testo pubblicato su *Panorama*[513]. L'allora Commissario europeo per la Giustizia, la Libertà e la Sicurezza Franco Frattini invia addirittura una preoccupata lettera ai Ministri degli Interni degli (allora) 25 Stati membri dell'Unione Europea, chiedendo una verifica dei controlli relativi alla violenza nei videogiochi[514], ottenendo in risposta il richiamo all'ordine da parte di Viviane Reding, commissario alla Società dell'Informazione e Media della Commissione Europea, che gli ricorda che un sistema di controlli è già esistente e attivo dal 2003, il PEGI, sottolineando a livello europeo e mondiale l'infondatezza delle sue preoccupazioni.

Il secondo caso che citiamo è relativo al newsgame *Operation Pedopriest*, realizzato e distribuito gratuitamente da Paolo Pedercini nel 2007. Il gioco, esplicitamente satirico, è basato sulle numerose e comprovate accuse di molestie sessuali da parte di preti cattolici ai danni di minorenni, che a partire da un'inchiesta del *The Boston Globe* del gennaio 2002[515] hanno sconcertato l'opinione pubblica internazionale. Il gioco, realizzato con Adobe Flash e fruibile online sul sito

---

[509] La sequenza è visibile su più canali Youtube, ad esempio in Trashgamer11 [nickname], *Rule of Rose All Cutscenes*, dal minuto 12:30 circa. (https://www.youtube.com/watch?v=Uhyz63O3OVc).

[510] Il link all'articolo non è più funzionante, ma sono molte le riviste online, generaliste e non, che riportano stralci di testo. Nel nostro caso, faremo riferimento a Bittanti, Matteo, *Moral panics, bad journalism, videogames, and Italian melodrama*, Digital Youth Research, 19 novembre 2006. (http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/node/60.html)

[511] Bittanti, Matteo, *op.cit.*, 19 novembre 2006.

[512] Camera dei Deputati, *Informativa urgente del Governo sulle iniziative volte ad impedire la vendita di videogiochi che stimolano la violenza,* resoconto stenografico della Seduta n. 71 del 14 novembre 2006. (http://leg15.camera.it/chiosco.asp?source=/organiparlamentariSM/241/4405/5340/documentotesto.ASP&position=Comunicazioni%20e%20informative%20urgenti%20del%20Governo&content=_dati/leg15/lavori/stenografici/sed071/s030.htm#Titolo32).

[513] Nell'articolo, Castellano parla di *Grand Theft Auto III*, traducendo il titolo del gioco della RockStar in *Il Grande Ladrone*. L'on. Sandra Cioffi (Udeur), nel suo intervento, dichiara che «oggi parliamo di *Rule of Rose*, ma perché non ricordare che sono per esempio già in commercio dei videogiochi come *Il gran ladrone*, nel quale il *boss* di turno premia il ragazzo che si fa dare il pizzo dalla gente?».(http://leg15.camera.it/chiosco.asp?source=/organiparlamentariSM/241/4405/5340/documentotesto.ASP&position=Comunicazioni%20e%20informative%20urgenti%20del%20Governo&content=_dati/leg15/lavori/stenografici/sed071/s030.htm#Titolo32).

[514] Fulco, Ivan, *Rule of Rose: L'Unione Europea richiama all'ordine Franco Frattini*, La Stampa, 27 novembre 2006. (http://www.lastampa.it/2006/11/27/tecnologia/rule-of-rose-lunione-europea-richiama-allordine-franco-frattini-11Zjf6ihleIcHAAtki2mWO/pagina.html).

[515] L'inchiesta è stata oggetto anche di un film statunitense, *Il caso Spotlight* (Tom McCarthy, 2015).

Molleindustria di Pedercini[516], ipotizza la creazione da parte di Papa Benedetto XVI di una speciale task force del Vaticano atta alla repressione di ogni possibile accusa di abusi sessuali praticati dai ministri della chiesa. Il giocatore, al comando della squadra, dove distrarre o ridurre al silenzio eventuali testimoni mentre preti, vescovi e cardinali molestano dei ragazzini: «consolida l'omertà, insabbia le indagini, contieni lo scandalo finché l'attenzione mediatica non sarà calata. Non lasciare che la giustizia secolare si intrometta negli affari della Chiesa![517]», recita la descrizione del gioco. Pubblicato il 23 giugno, *Operation: Pedopriest* è stato oggetto di un'interpellanza parlamentare urgente ("Misure per contrastare le offese al sentimento religioso ed alle confessioni religiose") svoltasi alla Camera dei Deputati il 28 giugno, firmata dall'on. Luca Volontè (UDC), nella quale si chiede al Ministro dell'Interno, al Ministro per i Beni e le Attività Culturali e al Ministro delle Comunicazioni quali provvedimenti intendessero prendere in merito sia al gioco in questione che al balletto *Messiah Game* del coreografo tedesco Felix Ruckert, presentato il giorno precedente al 5° Festival Internazionale di Danza Contemporanea della Biennale di Venezia Biennale di Venezia, definito come «uno spettacolo pornografico [...], che definire osceno è dir poco, per le scene – irripetibili – che si svolgono ai piedi di una croce[518]». Senza voler entrare nel merito della questione, ciò che ci preme sottolineare in questo caso sono le diverse posizioni prese dai rappresentanti del Governo, qui il Sottosegretario di Stato per i rapporti con il Parlamento e le riforme istituzionali Paolo Naccarato: se per lo spettacolo di danza il Ministero ribadisce la libertà di espressione concessa alla Biennale («le valutazioni artistiche operate in piena autonomia dalla fondazione esulano dal potere di vigilanza spettante al Ministero per i beni e le attività culturali che, invece, [...] si esplica esclusivamente sulla gestione economico–contabile della fondazione[519]»), il gioco di Pedercini viene invece messo immediatamente «all'attenzione del servizio postale e delle comunicazioni del Ministero dell'interno, [...] cercando di rimuovere la pagina *web* del *server* dove la stessa è ospitata[520]». Il videogioco è chiaramente considerato culturame d'accatto, la cui «libertà di espressione non può essere garantita a chi non è supportato da una potente istituzione[521]», come scrive lo stesso Pedercini a commento della vicenda.

[516] Molleindustria, *Operazione Pretofilia*, 2007. (http://www.molleindustria.org/it/operazione-pretofilia/)
[517] *Ibid.*
[518] Capitanio, Santolini, Luisa, *Intervento all'interrogazione parlamentare "Misure per contrastare le offese al sentimento religioso ed alle confessioni religiose"*, Seduta n. 179, resoconto stenografico dell'Assemblea, 28 giugno 2007. (http://www.camera.it/_dati/leg15/lavori/stenografici/sed179/s140.htm#STitolo22%2060).
[519] Naccarato, Paolo, *Intervento all'interrogazione parlamentare "Misure per contrastare le offese al sentimento religioso ed alle confessioni religiose"*, Seduta n. 179, resoconto stenografico dell'Assemblea, 28 giugno 2007. (http://www.camera.it/_dati/leg15/lavori/stenografici/sed179/s140.htm#STitolo22%2060).
[520] *Ibid.*
[521] Pedercini, Paolo, *Sia fatta la sua Volontè*, Blog Molleindustria, 30 giugno 2007. (http://www.molleindustria.org/node/90/).

In un tale contesto è difficile che i videogiochi «entrino nel discorso culturale più ampio, come invece è avvenuto in Inghilterra o Germania, e, altrettanto di conseguenza, diventa quasi impossibile che si presentino come un settore su cui vale la pena investire[522]», sia dal punto di vista produttivo che da quello accademico e della formazione. AIV - Accademia Italiana Videogiochi[523], fondata nel 2002 a Roma, è tra le prime scuole private professionalizzanti aperte in Italia, offrendo principalmente corsi di programmazione e grafica, ma si scontra con un ambiente ostile e retrogrado. Luca De Dominicis, Lead Game Designer dell'Accademia, in un'intervista del 2008, confessa come

> «*le realtà didattiche istituzionali italiane hanno un profondo "bug": essendo italiane soccombono alla pesantissima pressione di favoritismi e "mafiette" così tanto note a chi frequenta le normali facoltà.* [...] *Siamo talmente tanto arretrati e bloccati da retaggi culturali arcaici che nemmeno gli enormi profitti derivanti dalla nostra industria servono a smuovere tanto gli investitori quanto le istituzioni. Abbiamo parlato con molte venture capital italiane riguardo l'opportunità di investire nel nostro settore solo per sentirci rispondere che non sapevano nemmeno della sua esistenza*[524]».

Per quanto nello stesso periodo si segnalino sparute iniziative accademiche – ad esempio l'apertura nel 2007 di un Master in Videogame Design presso l'Istituto Europeo di Design (IED) di Roma[525], coordinato da Riccardo Cangini di Artematica[526] – non sorprende come la maggior parte dei programmatori italiani sia autodidatta o provenga da istituti tecnici, con il 67% di questi che non ha frequentato alcuna università[527].

Per assistere a primi cambiamenti positivi, sia dal punto di vista culturale che economico–produttivo, bisognerà attendere la seconda decade del 2000, di cui parleremo approfonditamente nel prossimo capitolo.

---

[522] Reiser, Colombo, Costanzo, *art.cit.*, 24 novembre 2015.
[523] AIV-Accademia Italiana Videogiochi, *Home Page*, 2018. (http://www.aiv01.it/IT).
[524] Giancipoli, Enrico, *Videogiochi in Italia, come diventare sviluppatori,* PuntoInformatico.it, 30 maggio 2008. (https://www.punto-informatico.it/videogiochi-in-italia-come-diventare-sviluppatori/)
[525] Attualmente trasformato in corso di specializzazione e tenuto nella sede di Torino. (https://www.ied.it/torino/scuola-arti-visive/corsi-specializzazione/game-design--maya--unit-3d-workflow/VCC2936I)
[526] Salatiello, Rosario, *Artematica - Breve Storia ed Intervista a Riccardo Cangini*, Multiplayer.it, 4 maggio 2007. (https://multiplayer.it/articoli/artematica-breve-storia-ed-intervista-a-riccardo-cangini.html)
[527] AESVI, *Primo censimento dei game developer italiani*, 1 ottobre 2012, p.4.

Capitolo 3

IL VIDEOGIOCO IN ITALIA (2014-17)

Dopo aver descritto l'evoluzione storica del videogioco italiano, ci concentreremo in questo capitolo sul periodo compreso tra il 2014 e il 2017, cercando di fornire una più ampia panoramica possibile sulle condizioni culturali, produttive, politiche ed estetiche accorse in questi anni.

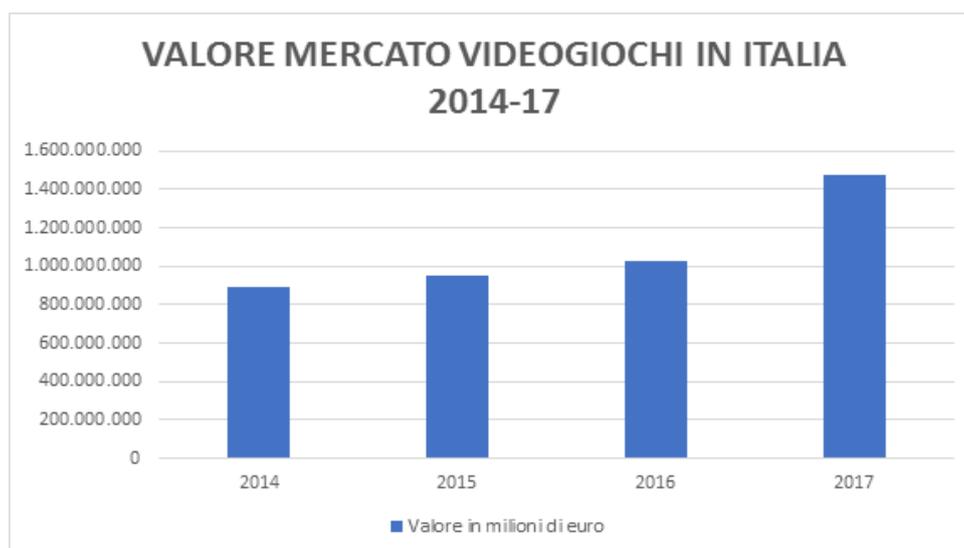
Il 2014 vede la nascita di una serie di situazioni e la concretizzazione di altre iniziate pochi anni prima che a nostro avviso permettono di considerare l'anno come momento di cesura, mentre il 2017 è scelta obbligata per motivi di vicinanza con il contemporaneo. Alcune condizioni sono determinate a livello mondiale – la messa a disposizione gratuita di potenti tool di sviluppo professionali come *Unity 3D* e *Unreal 4*; le prime avvisaglie di saturazione dei principali portali dedicati al gaming, sia su PC che su mobile; l'apertura dei produttori di console di servizi dedicati al supporto di piccoli studi; l'arrivo, seppur in fase sperimentale, delle prime tecnologie per la realtà virtuale; la possibilità di finanziamenti tramite crowdfunding; la creazione di un fondo dedicato allo sviluppo videoludico all'interno del programma Europa Creativa 2014-2020 –, altre a livello nazionale – l'apertura di corsi accademici dedicati ed una crescita positiva dell'interesse da parte delle istituzioni; l'aumento del numero di videogiocatori e di vendite di prodotti videoludici; il forte ridimensionamento della pirateria soprattutto su PC; l'organizzazione di eventi e game jam; lo sviluppo di infrastrutture dedicate al potenziamento e la diffusione capillare della rete internet.

La combinazione di queste situazioni ha portato e sta portando ad un sensibile miglioramento economico, produttivo, culturale dell'intera scena videoludica italiana, testimoniato sia dalle statistiche ufficiali rilasciate dall'AESVI che dalle nostre personali ricerche. Si registra una costante crescita economica generale del mercato, un sostanziale aumento nel numero delle software house fondate e dei singoli sviluppatori attivi (secondo nostre rilevazioni, quasi la metà di queste hanno fondato o iniziato le proprie attività a partire dal 2014), una forte varietà di videogiochi rilasciati, eterogenei per stili grafici, generi e contenuti trattati, si stanno concretizzando iniziative, culturali, accademiche e istituzionali, volte a favorire la creazione di un'industria stabile e la sperimentazione di nuove tecnologie come la realtà virtuale.

Si tratta comunque di numeri, per quanto in ascesa, molto bassi rispetto ad altre realtà più affermate. I team sono composti all'80% da un massimo di 10 elementi, oltre la metà ricorre agli autofinanziamenti, i giochi prodotti propongono spesso stili grafici, meccaniche e contenuti coerenti con l'Independent Style teorizzato da Juul, il comunque basso numero di professionisti e amatori

presenti favorisce dinamiche collaborative e condivisive, alimentate dall'aumento di occasioni di incontro e scambio come game jam ed eventi dedicati. Date queste condizioni, si può affermare che la scena videoludica italiana contemporanea sia considerabile completamente indipendente, rendendo superflua, al momento attuale, una qualsiasi ulteriore suddivisione. Limitandoci ad escludere i pochi casi che esulano da questi parametri – come Ubisoft e Milestone, formate da decine di dipendenti e basate sulla produzione di videogiochi tripla–A, o alcune software house dedicate esplicitamente alla produzione meccanica di giochi per mobile al solo scopo di generare profitto, come WhatWapp Entertainment e Epocal Storm, in evidente contrasto con l'ideologia indipendente –, nelle pagine seguenti daremo una panoramica generale della situazione italiana dal punto di vista produttivo, estetico e comunitario, soffermandoci su casi particolari che più di altri esprimono il concetto contemporaneo di indipendenza.

3.1. Dati statistici

Dal punto di vista economico, le rilevazioni condotte da AESVI[528] indicano che nel 2017 il giro d'affari del mercato videoludico italiano ha raggiunto 1.477 milioni di euro, classificandosi 10° al mondo e 5° nell'area europea, risultato importante soprattutto se confrontato con i dati 2016[529], quando si era di poco superato il miliardo di euro, in linea con le rilevazioni degli anni precedenti, in leggera crescita ma sempre stabili intorno ai 900 milioni di euro.

[528] AESVI, *I videogiochi in Italia nel 2017*, 19 aprile 2018. (http://www.aesvi.it/cms/attach/i_videogiochi_in_italia_nel_2017.pdf).
[529] AESVI, *I videogiochi in Italia nel 2016*, 11 maggio 2017. (http://www.aesvi.it/cms/view.php?cms_pk=2773&dir_pk=902).

A trainare le vendite, il software (1.049 milioni di euro), di cui il 35% dalla vendita di copie fisiche nei negozi (370 milioni, +7%), il restante 65% da quelle digitali, suddiviso in acquisti di gaming app per mobile (385 milioni, il 37%) e download di giochi per PC e console (294 milioni, il 28%). In costante crescita soprattutto negli ultimi anni, il download digitale è stato agevolato dalla diffusione di mobile devices (smartphone, tablet), dalla costruzione di infrastrutture per l'accesso alla rete Internet, dalle offerte economicamente vantaggiose dei portali di distribuzione, dal rinato interesse per la piattaforma PC: secondo il report *Global Digital 2018*[530] condotto da We Are Social in collaborazione con Hootsuite, sono 49.19 milioni gli italiani possessori di uno smartphone o tablet, l'83%, quando al 2012 erano il 27.9%, così come la penetrazione nelle famiglie del PC, dove i dati raccolti da Audiweb Trends indicano che "oltre due terzi delle famiglie possiedono un computer di proprietà, il 68.5% delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (14.915 milioni)[531]". Secondo il *Global Digital 2018*, sono 43.31 milioni gli italiani connessi alla rete nel 2017, il 73% della popolazione, +10% rispetto all'anno precedente: nel 2012 erano 38.4 milioni.

Anche il settore hardware, che nel censimento AESVI copre la vendita di console e accessori correlati al gaming in generale, è in crescita (428 milioni, +8,6%), soprattutto grazie a questi ultimi (94.783.262 milioni, +10,5%), ovvero gamepad, giocattoli ibridi[532], volanti per simulazioni automobilistiche, caricatori per batterie, video glasses[533] e altro[534]. I video glasses, introdotti nel marzo 2016, per quanto rappresentino al momento una piccola parte dell'accessoristica, sono in aumento nonostante il costo ancora elevato (il visore più economico dedicato al gaming, PlayStationVR, è in vendita intorno ai 300 euro, e necessita di una console PlayStation 4, al costo di ulteriori 300 euro, per un totale di circa 600 euro) e alla richieste hardware per PC nel caso di Oculus Rift e HTC Vive, dipendenti da schede grafiche e processori molto performanti.

Le tre piattaforme di gioco principali si spartiscono quasi equamente l'attenzione dei videogiocatori. Senza indicare la percentuale degli utenti multipiattaforma (che per Newzoo è del 35%[535]), secondo AESVI il 48% dei videogiocatori italiani gioca su console, il 46% su PC e il 52% su mobile. I giochi più venduti si confermano i tripla-A della EA (*Fifa 18* e *The Sims 4*), Activision (*Call of Duty: WWII*) e Ubisoft (*Tom Clancy's Rainbow Six Siege*), confermando come il mercato

[530] We Are Social, Hootsuite, *Digital in Italia 2018*, 29 gennaio 2018. (https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-italia-2018).
[531] Audiweb Trends, *Sintesi e analisi dei risultati della Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia*, giugno 2017. (https://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2017/08/AudiwebTrends_giugno2017.compressed.pdf).
[532] Come gli *Amiibo* della Nintendo, particolari statuette raffiguranti celebri personaggi dei giochi Nintendo distribuite dal 2015, con i quali è possibile interagire con videogiochi dedicati sulle console WiiU e Switch.
[533] Comprendenti principalmente i visori per Realtà Virtuale, come PlayStationVR, Oculus Rift e HTC Vive.
[534] Come accessori audio (speakers, earphones, headsets), stoccaggio della memoria (memory cards, hard drive, usb keys), accessori legati al gaming (gaming chairs, 3DS stylus, screen protectors, etc).
[535] Newzoo, *The Italian Gamer 2017*, 30 giugno 2017. (https://newzoo.com/insights/infographics/the-italian-gamer-2017/).

videoludico nazionale sia basato principalmente sull'importazione: del miliardo e mezzo di utili 2017, sono solo circa 50 milioni i guadagni effettivi delle software house italiane, dato comunque positivo, se letto nella progressione degli ultimi anni, con un passaggio dai 12–15 milioni registrati nel 2012[536] ai 40 del 2016[537], ma marginale rispetto alle potenzialità del mercato.

Anche il numero di giocatori è rilevante. Sempre secondo il rapporto dell'AESVI, gli italiani tra i 16 e 64 anni che hanno giocato con un videogioco nel 2017 sono stati circa 17 milioni, il 57% della popolazione in quella fascia di età, al 59% composti da uomini e concentrati soprattutto tra i 25 e i 34 anni. É bene notare come questi numeri in particolare siano da considerare in maniera indicativa. Nel report AESVI relativo al 2016, sono registrati 25.754.000 milioni di videogiocatori, ma sopra i 14 anni, rendendo difficile fare confronti; per Newzoo[538], invece, gli italiani videogiocatori sono 24.5 milioni, ma la fascia d'età considerata è tra i 10 e i 65 anni, sottolineando per confronto come il videogioco sia diffuso anche tra i più giovani: la differenza tra i due dati, di circa 7.5 milioni, è da considerarsi per lo più relativa alla fascia d'età 10-15 non censita da AESVI.

[536] AESVI, *op.cit.,* 2012.
[537] AESVI, *op.cit.*, 22 novembre 2016, p.10.
[538] Newzoo, *The Italian Gamer 2017*, 30 giugno 2017. (https://newzoo.com/insights/infographics/the-italian-gamer-2017/).

3.2. Produzione

Si è visto nei capitoli precedenti come una delle caratteristiche nel definire l'indipendenza di un videogioco sia l'assenza di un publisher e di conseguenza l'autofinanziamento in ogni suo aspetto da parte degli sviluppatori, e si è discusso di come siano parecchie le eccezioni, accettate fintanto che durante la fase di sviluppo non si verifichino interferenze che compromettono l'idea e le intenzioni originarie degli autori[539]. Mentre sia nei dibattiti accademici che nelle riviste e nei forum dedicati si privilegia l'assenza totale non solo di publisher o investitori, che finanziano un progetto a scopo di ritorno economico, ma anche di organizzazioni governative o no-profit impegnate in progetti non commerciali[540], sulla scena videoludica italiana sono ben pochi gli sviluppatori, professionisti e non, che volontariamente non cercano di accedere ad una qualche forma di finanziamento esterno.

Secondo il *Terzo censimento dei game developer italiani*, relativo al 2016, si registra la presenza di circa un migliaio di persone direttamente coinvolte nello sviluppo videoludico[541], distribuiti sugli oltre 120 studi che hanno risposto al questionario, numeri bassi rispetto ad altri contesti europei (soprattutto l'Inghilterra, che al luglio 2017 ne contava circa 12.000 su 2712 software house[542]), ma ugualmente un segnale di crescita importante rispetto ai circa 400[543] su 48 studi indicati nel censimento del 2012. Le nostre rilevazioni, al dicembre 2017, vedono la presenza di circa 270 operatori tra software house, freelance e amatori.

3.2.1. Background degli sviluppatori

Così come altri contesti, gli sviluppatori indipendenti nascono principalmente in situazioni di autoapprendimento attraverso la pratica del *modding* e/o approcciandosi autonomamente ai vari game engines gratuiti grazie alle molteplici guide disponibili in rete e ai feedback di appassionati ed esperti rilasciati su forum dedicati. Molti sviluppano videogiochi per piacere personale, a livello amatoriale, pubblicando le loro creazioni su siti personali e portali come Newgrounds o itch.io, senza disdegnare donazioni ma neanche con pretese di ritorno economico, anche in casi di successo mediatico. Nicola Piro, prima con *Grezzo 2*, violenta e iconoclasta[544] *mod* di *Doom II* e poi con

[539] Stern, Craig, *art.cit.*, 22 agosto 2012.
[540] Garda, Maria B., Grabarczyk, Paweł, *Is Every Indie Game Independent? Towards the Concept of Independent Game*, in *Game Studies*, Vol.16(1), 2016.
[541] AESVI, *op.cit.*, 22 novembre 2016, p.10.
[542] Association of UK Interactive Entertainment, *The Games Industry in Numbers*, 2017. (https://ukie.org.uk/research).
[543] AESVI, *Primo censimento dei Game Developer italiani 2012*, 1 ottobre 2012, p.8.
[544] Tanto da finire nell'elenco dei giochi proibiti di Twitch. (https://help.twitch.tv/customer/it/portal/articles/1992676-lista-dei-giochi-proibiti).

Super Botte&Bamba II Turbo, distribuiti gratuitamente tramite il suo sito personale[545], raggiungono un pubblico internazionale che produce video di gameplay e attira le attenzioni della stampa, arrivando a più di un milione di download, ma ottiene qualche minimo ricavo dalla vendita di copie fisiche con la vendita di memorabilia agli eventi e raduni cui partecipa o a chi ne fa privatamente richiesta. *Two Interviews* di Mauro Vanetti viene scaricato più di 200.000 volte da itch.io, ma racimola circa 250 euro in donazioni[546].

Alcune software house sono nate dall'incontro dei loro fondatori in queste comunità, come Studio Evil, attiva dal 2011, ma i cui componenti si sono conosciuti nel 2001 «in una piccola community di game development, dove hanno collaborato per realizzare una mod per *Half–Life*. Dopo dieci anni di sviluppo nel tempo libero, la svolta: fare di questa passione il loro lavoro e a tempo pieno, sfruttando l'esperienza accumulata e la voglia di creare un proprio gioco[547]».

La maggior parte degli sviluppatori attivi sono professionisti che hanno lavorato per anni come dipendenti nelle grandi software house soprattutto estere, e che decidono di mettersi in proprio o riunirsi in piccolo studi con altri colleghi spinti dalle nuove possibilità di espressione creativa e di mercato. In alcuni casi, allo stesso modo dei vari Garriot, Roberts, Gollup, sono figure storiche della scena videoludica italiana che vedono nella produzione indipendente un "ritorno alle origini" e una nuova sfida, come Antonio Farina, fondatore di Milestone e nel 2012 della software house dedicata al mobile Reludo, per il quale

> «*l'esperienza Milestone è stata esaltante: ha funzionato davvero bene, facendo uscire giochi molto belli e lavorando coi maggiori publisher al mondo. Questa nuova prova quindi mi ha rimesso decisamente in gioco* [...] *un po' come ai tempi di Idea: da questo punto di vista siamo tornati indietro nel tempo.* [...] *ovviamente sono progetti molto più piccoli, che sono tornato a seguire direttamente io: chiaramente un'azienda come* Milestone*, che ha un centinaio di persone nell'organico, possiede una struttura complessa in cui c'è il designer, il producer, programmatori e grafici di tutti i tipi, quindi "tocchi" il prodotto solo molto dall'alto. Qua invece rimetto di nuovo le mani in pasta e, soprattutto, si trattava un po' di una sfida con me stesso, per vedere se ero ancora in grado in fondo di fare lo sviluppatore indipendente. Quindi siamo tornati "indie"*[548]».

---

[545] Piro, Nicola, *Giochi Penosi*, sito ufficiale, 2018. (http://www.giochipenosi.it/giochi-penosi).
[546] Vanetti, Mauro, Comunicazione privata, agosto 2018.
[547] Ullo, Edoardo, *Quattro chiacchiere con Studio Evil*, Il Videogioco.it, 16 ottobre 2014. (https://www.ilvideogioco.com/2014/10/16/chiacchiere-studio-evil/).
[548] AndreaP [nickname], *art.cit.*, 29 novembre 2013.

Similmente, Ivan Venturi, dopo le esperienze in Simulmondo, Colors Arti Multimediali e TiconBlu, fonda la IV Produzioni nel 2012 allo scopo di "sviluppare/produrre/pubblicare/co-pubblicare" videogiochi indipendenti per ogni piattaforma sul mercato globale[549]. Venturi si definisce un produttore, che considera

> «*un ruolo versatile, e può essere una figura vicino al publishing se è un team piccolo, o se si parla di qualcosa di esteso come nei casi di Ubisoft segue certe problematiche precise che possono essere lontane dal lato produttivo. Dipende dal contesto!* [...] *Alla fine della fiera fare il producer* [...] *significa anche definire quella che è la dimensione del gioco. Quando misuro un videogioco che ho in testa faccio un conto all'euro di tutto il valore che devo produrre*[550]».

Sotto questa veste, stringe collaborazioni con il publisher inglese Merge Games e si dedica alla valorizzazione delle produzioni videoludiche italiane, con un catalogo attuale di circa 27 opere pubblicate, di cui spesso partecipa anche nelle fasi di sviluppo.

3.2.1.1. Scuole / progetti universitari

Nonostante l'evidente ritardo delle istituzioni scolastiche e accademiche nell'introduzione di corsi dedicati all'istruzione videoludica rispetto ad altri paesi europei ed extraeuropei, negli ultimi anni anche in Italia si registra la fondazione di un discreto numero di corsi privati e universitari dedicati al videogioco e alle arti digitali, votate alla formazione di personale qualificato e spesso in collaborazione con realtà affermate come Milestone, Ubisoft, Ovosonico. Alcune di queste istituzioni sono già state citate nel capitolo 2, come l'AIV, lo IED, Big Rock Academy, il Master presso l'Università di Verona.

Tra le istituzioni accademiche, dal 2010 l'Università di Milano propone il corso "Online Game Design" interno alla Laurea Magistrale in Informatica, seguito dal 2014 da un percorso dedicato di Laurea Magistrale concentrato sulla formazione di game designers e game programmers, quest'ultimo in stretta collaborazione con il Politecnico di Milano e in particolare con il corso "Videogame Design and Programming" interno alla Laurea Triennale in "Engineering of Computing Systems", attivo dal 2010 e tenuto dal professor Pier Luca lanzi.

---

[549] Venturi, Ivan, *About IV Productions*, 2012. (https://www.ivproductions.it/?page_id=2).
[550] De Angelis, Diego, *Intervista a Ivan Venturi: dallo Svilupparty a Progetto Ustica* EveryEye.it, 23 maggio 2017. (https://www.everyeye.it/articoli/intervista-ivan-venturi-dallo-svilupparty-progetto-ustica-33535.html).

Quest'ultimo si è dimostrato come il corso più prolifico, con la produzione di circa 80 giochi, fruibili gratuitamente tramite la pagina dedicata su itch.io[551] e raccolti all'interno del progetto PoliMI Game Collective, concepito al fine di creare uno spazio comunitario di condivisione e confronto tra studenti, appassionati e ricercatori[552]. Si tratta ovviamente di giochi brevi, spesso sperimentali, in alcuni casi prototipi di opere poi ampliate e distribuite ufficialmente sul mercato dai molti studenti che hanno in seguito fondato proprie software house: Indomitus Games, Digital Mantis, Tiny Pixel, Italo Games, Neotenia, Cyber Coconut, Stupidi Pixel, Studio Albatros, e singoli sviluppatori freelance come Michele Pirovano nascono dalla frequentazione del corso di Lanzi.

Fondate nel 2014, ed entrambe in collaborazione con l'accademia non statale Link Campus University, sia lo IUDAV – Istituto Universitario Digitale di Animazione e Videogiochi (situato a Pozzuoli e riconosciuto come Università dallo Stato di Malta[553]) che la Vigamus Academy (collegata al Vigamus – Museo del Videogioco di Roma), organizzano percorsi di laurea triennale e magistrale dedicati ad ogni ambito del settore videoludico, dalla programmazione alla grafica fino al giornalismo e al marketing. Infine, dal 2017 è attivo un Master di I livello in Game Design presso lo IULM di Milano, organizzato da Matteo Bittanti e anch'esso mirato alla produzione, realizzazione e promozione di un'opera videoludica.

Tra le scuole professionalizzanti private, oltre alle già citate, vengono fondate nel 2011 l'Accademia iMasterArt, con sedi dapprima a Torino e in seguito a Milano, Roma, Genova e Bologna, e nel 2013 la scuola di arti digitali Event Horizon, situata inizialmente a Torino e in seguito anche a Milano, Padova, Firenze, Jesi e Pescara, entrambe proponendo corsi e master specializzati che spaziano dal game development alla realizzazione di effetti digitali per il cinema, fino al fumetto. Dal 2014 Milano ospita la Digital Bros Game Academy, di proprietà della multinazionale italiana Digital Bros, che conta collaborazioni con Milestone e Ovosonico e anch'essa dedicata alla formazione di game designers e programmatori.

Da questa breve panoramica, si nota come la maggior parte delle scuole e dei corsi universitari dedicati al videogioco, sia privati che pubblici, siano stati aperti negli ultimi cinque anni, dimostrando come l'interesse per la produzione videoludica italiana sia un fenomeno recente e in fase di evoluzione. Alcune prime considerazioni indicano che la maggior parte degli studenti laureati o diplomati in queste scuole, o trova un impiego all'estero, dove la cultura e l'industria del videogioco ha una maggiore rilevanza (come nel Regno Unito, in Germania, nei paesi dell'Est Europa), o entra nelle poche, grandi software house italiane come Milestone e Ubisoft, aziende con

---

[551] PoliMI Game Collective, *Pagina itch.io*. (https://polimi-game-collective.itch.io/).
[552] PoliMI Game Collective, *Sito ufficiale*. (http://www.polimigamecollective.org/).
[553] IUDAV, *Chi siamo*, sito ufficiale. (http://www.iudav.it/?).

le quali questi corsi spesso collaborano, avviando raramente proprie attività o sviluppando propri progetti. Da un lato queste esperienze, nella prospettiva di una possibile, futura carriera indipendente, sono ben viste da professionisti avviati come Andrea Tabacco, cofondatore di Antab Studio dopo una dozzina di anni di lavoro in studi come Ubisoft, il quale consiglia «se possibile, [...] un periodo di formazione "sul campo" presso studi che possano far lavorare al fianco di professionisti già esperti[554]», o Massimo Guarini di Ovosonico, per il quale sono necessarie poiché «in Italia "i videogiochi" non ci stanno; al di là di Milestone non ci sta l'industria, non ci sta il mercato quasi, quindi per fare esperienza bisogna "alzare le chiappe" e buttarsi, mettersi in gioco: al limite ti sbattono la porta in faccia[555]»; dall'altro, varie dichiarazioni di titolari di piccole e medie software house testimoniano un forte disappunto nella preparazione di molti diplomati. Luca Dalcò, CEO di LKA, durante un talk tenutosi allo Svilupparty 2018, nel ricordare le fasi di sviluppo di *The Town of Light* (2017) lamenta come «nell'allargamento del team abbiamo avuto a che fare con scuole, scuolette, università… e onestamente alla fine abbiamo sempre dovuto formare le persone internamente. Sul 3D ancora non ho trovato scuole da cui escano persone preparate per il 3D applicato al videogame in modo serio. Sulla programmazione anche, se non c'è una volontà personale di andare in quella direzione[556]». Un problema, quello della preparazione di figure professionali, sia grafici che programmatori, sottolineato anche Luca Alba, Filippo Vela e Paolo Gallo della software house Sylphe Lab: «abbiamo effettuato parecchi colloqui con persone provenienti da corsi privati, scuole e università, ma nessuno aveva le competenze minime necessarie per potere lavorare in questo settore. Ragazzi anche con attestati importanti non avevano idea di dove mettere le mani per compiti anche basilari. Per questo motivo stiamo valutando la possibilità di organizzare dei corsi per insegnare tutto quello che abbiamo appreso in anni di esperienza professionale sul campo e, nel contempo, avere un vivaio dal quale attingere per eventuali produzioni future[557]».

Altri invece dimostrano diffidenza verso le istituzioni scolastiche in toto, indicando nell'autoapprendimento un fattore di grande importanza, ad esempio nelle dichiarazioni di William Giacinti, fondatore di Artistic Minds, per il quale «in Italia non è molto diffuso il concetto dello sviluppo dei videogiochi come professione, e gli insegnamenti che forniscono le scuole non hanno ancora intrapreso questo percorso in maniera decisa. L'esperienza ci insegna però che i più grandi

---

[554] Py [nickname], *Campus Party 2017 - Intervista ad Antab Studio*, PixelFlood.it, 26 giugno 2017. (http://www.pixelflood.it/campus-party-2017-intervista-ad-antab-studio/).
[555] Fossetti, Francesco, *Intervista Murasaki Baby - Intervista a Massimo Guarini*, Everyeye.it, 3 settembre 2013. (https://www.everyeye.it/articoli/intervista-murasaki-baby-intervista-a-massimo-guarini-20409.html).
[556] Dalcò, Luca, *The Town of Light*, Svilupparty 2018 Beta, maggio 2018, video, dal minuto 12:57. (https://www.youtube.com/watch?v=OnVyx1aXTSo&t=1212s).
[557] Ullo, Edoardo, *Intervista a Sylphe Labs, su Occultus, Steel Alive e futuro*, Il Videogioco.it, 15 dicembre 2017. (https://www.ilvideogioco.com/2017/12/15/intervista-sylphe-labs-occultus-steel-alive-futuro/).

sviluppatori di software del mondo non hanno imparato dalle università o da corsi specifici. [...] In questo campo ciò che è più importante sta proprio "nell'elemento fantasia" e nella libertà di poter spaziare con l'immaginazione, evadendo da idee e insegnamenti standardizzati. Internet mette a disposizione una serie infinita di guide, tutorial e forum attraverso cui imparare e fare domande. Un buon libro per iniziare, tanta passione e tanta costanza nel tempo possono fare la differenza[558]».

Al contrario, alcuni rimarcano come la formazione possa essere fondamentale. Ivan Venturi commenta che «[...] a livello di formazione siamo indietro, soprattutto se facciamo un paragone con gli Stati Uniti. [...] A questo proposito, devo dire che spesso gli sviluppatori tendono a sottovalutare l'importanza di un'adeguata preparazione: molti giovani, infatti, con due sole giornate di corso potrebbero evitare interi mesi di problemi. Eppure, se per tanti altri ambiti la frequentazione di master e corsi di aggiornamento è una realtà consolidata, nel nostro campo non è così[559]».

Sotto un altro punto di vista, notiamo come molti membri di studi attivi, con alle spalle anni di esperienza nel settore e almeno un gioco rilasciato sul mercato, partecipino attivamente all'attività di insegnamento, in un'ottica di contatto e trasmissione dei saperi alle nuove leve del settore, nonché di possibili collaborazioni future. In molti casi, quella dell'insegnamento è vista anche e soprattutto come fonte di finanziamento per i propri progetti. Matteo Pozzi e Claudia Molinari di *We are muesli* alternano la produzione videoludica al lavoro come sceneggiatori televisivi e illustratori e all'insegnamento in corsi privati e collaborazioni universitarie, di cui la principale è con il corso "Multimedia e Animazione" all'interno del percorso di Laurea Triennale offerto dalla Civica Scuola di Cinema "Luchino Visconti" di Milano. Riconosciuti e premiati per le loro interactive fiction (*Cave! Cave! Deus Videt!*[560], 2013, ad esempio), Pozzi e Molinari guidano gli studenti alla creazione di giochi dalla forte componente narrativa in contesti soprattutto storici, simili alle loro produzioni. Del 2017 è *Principessa Mafalda*, opera di studenti riuniti sotto il nome di Team Cavallini e basato sull'affondamento dell'omonima nave italiana in era fascista; del 2018 è invece *Monica*, storia di una parrucchiera di Milano durante le contestazioni del '68, realizzato dal gruppo autonominatosi Comitato di agitazione: entrambi i progetti sono stati presentati con successo alle edizioni dello Svilupparty nei rispettivi anni di produzione. *Two Interviews* (2016) di Mauro Vanetti, anch'esso una interactive fiction che ragiona sulla discriminazione di genere sui

---

[558] Surano, Alberto, *Artistic Minds: La nostra intervista – "Meid" in Italy*, Cyberludus.com, 24 giugno 2016. (https://www.cyberludus.com/2016/06/artistic-minds-la-nostra-intervista-meid-in-italy/).

[559] Surano, Alberto, *Ivan Venturi, La nostra intervista – "Meid" in Italy*, Cyberludus.com, 20 ottobre 2016. (https://www.cyberludus.com/2016/10/intervista-a-ivan-venturi-meid-in-italy/).

[560] L'elenco di premi e nomination, nonché il videogioco stesso, sono disponibili al link: http://www.wearemuesli.it/cave/.

posti di lavoro, viene sviluppata in seguito alla frequentazione dell'autore di un corso privato tenuto da Pozzi e Molinari[561].

Vi sono infine i progetti universitari di singoli sviluppatori creati in ambito di ricerca in facoltà non direttamente attinenti al videogioco, come belle arti o ingegneria. *Woodle Tree Adventure*, platform 3D pubblicato su Steam nel 2014, nasce da un progetto di laurea del suo autore Fabio Ferrara discusso durante l'anno accademico 2012/2013 presso l'Accademia di Belle Arti di Brera. Il gioco vuole essere «un ibrido tra un classico platform game e un Art/Movie Game[562]», ed il primo prodotto rilasciato dalla software house Chubby Pixel, fondata nel 2012 dallo stesso Ferrara assieme all'illustratrice Giulia Airoldi, che attualmente dispone di un catalogo di dieci videogiochi per ogni piattaforma, comprendenti educational games (*Catcher*, 2014) e sperimentazioni in realtà virtuale (*Heaven Forest*, 2016). Lo studio Dead Pixel viene fondato nel 2016 da cinque studenti di ingegneria del Politecnico di Torino, Piergianni Pulito, Maurizio Marseguerra, Giacomo Gallo, Luca Mariani e Pasquale Mangano, al fine di dedicarsi allo sviluppo del gioco *Singularis* (TBA) per la realtà virtuale. Matteo Lana e Rocco Tartaglia si laureano in Realtà virtuale e Multimedialità presso l'Università degli Studi di Torino, e nel 2013 decidono di fondare la Tiny Bull Studio, dedicandosi inizialmente al b2b con lo sviluppo di app in Augmented Reality per mobile[563] prima di rilasciare su Steam *Blind* (2018) per realtà virtuale.

3.2.2. Metodi di finanziamento

Si è visto nei capitoli precedenti come una delle caratteristiche nel definire l'indipendenza di un videogioco sia l'autofinanziamento, espresso principalmente dall'assenza di un publisher, e si è discusso di come in realtà siano parecchie le eccezioni a questa "regola", compresi esempi di giochi solitamente considerati sia dagli accademici che dalla stampa come "baluardi" dello sviluppo indipendente: se un videogioco non è finanziato da un publisher, nella maggior parte dei casi ne è distribuito.

Per quanto sia opinione diffusa che è nella fase di sviluppo vera e propria che non si debbano incontrare interferenze esterne che pregiudichino le intenzioni originarie degli autori, lasciando poi

---

561 Vanetti, Mauro, Comunicazione privata, agosto 2018.

562 Ferrara, Fabio, *Alternative Videogames. Videogiochi pensati per non essere giochi*, Tesi di Laurea Triennale presso Accademia di Belle Arti di Brera, Dipartimento di Progettazione e Arti Applicate, Corso di Nuove Tecnologie per l'Arte, AA 2012/2013, p.74.

563 Cozzi, Emilio, *Sviluppare videogiochi in Italia? Cinque storie dell'industria indipendente*, Il Sole 24 Ore, 22 dicembre 2016. (https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2016-11-21/tiny-bull-studios-blind-e-omen-extitio-plague--205436.shtml?uuid=ADYfLLzB&nmll=2707).

libertà di pubblicazione a gioco completato[564], è necessario notare come le maggiori piattaforme di distribuzione impongano regole e limitazioni per l'accesso, pregiudicando di conseguenza fin dalle fasi di concept e pre-produzione le possibilità creative degli sviluppatori. Pubblicare sull'AppStore della Apple costringe all'uso del devkit esclusivo della compagnia di Cupertino e una seria limitazione delle tematiche trattabili, ad esempio escludendo la piattaforma a chiunque desideri esprimersi criticamente su aspetti politici e sociali. L'unica soluzione possibile sembra essere l'autopubblicazione su un sito di proprietà degli stessi sviluppatori, ma in tal caso le chance di visibilità e vendita calano drasticamente. Passare attraverso i portali distributivi è una necessità accettata, pur se con riserve, dalla quasi totalità degli indipendenti che desiderano non solo che il proprio gioco sia fruito (altrimenti viene meno anche la motivazione alla base della creazione di un'opera), ma anche un minimo di ritorno economico.

Nella situazione contemporanea di saturazione del mercato (attualmente su Steam vengono pubblicati circa 200 giochi alla settimana, ad esempio) e alta qualità richiesta dall'utenza, diventa fondamentale curare nei minimi dettagli l'aspetto del marketing, investendo tempo, energie e denaro, aspetti solitamente trascurati dagli indipendenti, in parte per motivazioni ideologiche, in parte per scarsa consapevolezza. Alcuni clamorosi casi di successo "indipendente" in ambito internazionale (*Minecraft* su tutti) hanno portato alla diffusione della falsa credenza che sia sufficiente avere un'idea e seguire dei tutorial su internet per sviluppare un videogioco e viverci. Al contrario, è diventata fondamentale la creazione di un'azienda per chiunque desideri formare uno studio di sviluppo, «[…] e ciò implica l'avere competenze che non siano solo di programmazione, design o art, ma anche burocratiche, amministrative e commerciali. La sola passione, idea o semplici competenze tecniche non compensano (non dico sempre, ma spesso!) quelli che sono i requisiti che esulano dalla fase produttiva: gli obiettivi di vendita e/o il break–even, investimenti nel marketing, etc.[565]», commentano Umberto Maria Vollono e Giorgia Lezzi di Unreal Vision. Basilare, per Andrea Tabacco di Antab Studio, è «mettersi in condizione di pubblicare: capire e sfruttare le competenze forti di ciascuno, comprendere quali mercati potrebbero essere più interessanti e pianificare in anticipo budget e tempi di sviluppo. Costruire un *track record* è fondamentale per un team neonato perché consolida la squadra e dà maggiore credibilità di fronte ai publisher e ai media[566]». D'altronde, nelle parole di Massimo Guarini, «aprire uno studio di sviluppo in Italia è complesso e rischioso tanto quanto aprirlo in Inghilterra o persino Stati Uniti. I costi del commercialista o i 2.500 euro di capitale sociale da versare inizialmente non possono e

---

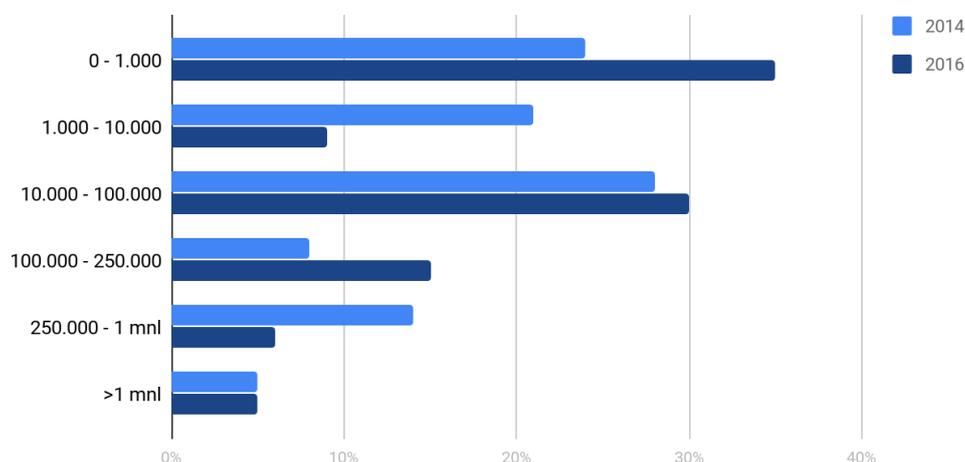
[564] Stern, Craig, *op.cit.,* 2012. (http://sinisterdesign.net/what-makes-a-game-indie-a-universal-definition/).

[565] Py [nickname], *Campus Party 2017 - Intervista a Unreal Vision*, Pixelflood.it, 19 luglio 2017. (http://www.pixelflood.it/campus-party-2017-intervista-a-unreal-vision/)

[566] *Ibid.*

non devono essere motivi per gridare allo scandalo. Se non si vuole o non si può investire poco più di 5.000 euro per aprire la propria attività, è bene accettare che non si può essere imprenditori e che nessun altro è tenuto ad investire su di noi, se non siamo noi stessi i primi a farlo[567]».

Secondo le statistiche, la necessità di conoscenza imprenditoriali è un fattore progressivamente recepito da sempre più sviluppatori. Il censimento AESVI 2016 dichiara che il 55% delle software house ha la forma giuridica di una società di capitali (principalmente S.r.l. o S.r.l.s.), con un 20% iscritto all'albo delle start-up innovative, mentre il 40% risulta composta da liberi professionisti (freelance o imprese individuali)[568]. Si tratta di aziende giovani sia per fondazione (il 62% ha meno di tre anni) che per età media dei componenti (33 anni)[569].

Il 35% delle imprese dichiara però utili da 0 a 1.000 euro annui, il 9% da 1.000 a 10.000, il 30% da 10.000 a 100.000, il 15% da 100.000 a 250.000, il 6% da 250.000 a 1 milione, il 5% oltre il milione. Confrontando questi dati con quelli del precedente censimento (relativo al 2014), si nota come sia fortemente accresciuta la percentuale di software house con fatturato tra 0 e 1000 euro, e quasi raddoppiata quella con fatturato tra 100.000 e 250.000 euro, a discapito della fascia 1000 – 10.000, diminuita del 12%[570]. La crfescita della fascia 100.000-250.000 sembra però per lo più dovuta al ridimensionamento del numero di dichiaranti fatturati tra i 250.000 e il milione di euro.

[567] Moioli, Umberto, *Ritorno in patria*, Multiplayer.it, 12 novembre 2015. (https://multiplayer.it/articoli/158976-murasaki-baby-ritorno-in-patria.html)
[568] AESVI, *op.cit.*, 22 novembre 2016, p.10.
[569] *Ivi*, p.11.
[570] *Ivi,* p.12.

3.2.2.1. Autofinanziamento

Con autofinanziamento intendiamo l'investimento di risparmi privati, di profitti derivati dalla pubblicazione di precedenti videogiochi o lavori in outsourcing per altre software house, e dai ricavi ottenuti da interessi correlati (giornalismo videoludico, insegnamento in corsi privati) e/o produzione e vendita di materiale paratestuale (board games, fumetti, pubblicazioni editoriali dedicate, merchandising).

La gran parte delle software house, secondo il censimento AESVI 2016, operano sulla base di autofinanziamenti (il 56%) e sempre più ricorrono all'integrazione con altre forme di finanziamento come il crowdfunding (il 7%), l'intervento di publisher (il 17%) o venture capitalist (8%) e, in minor misura, di istituzioni pubbliche e istituti di credito (3%). Quando possibile, combinando più fonti, come nel caso dell'avventura grafica *The Wardrobe* (C.I.N.I.C. Games, 2017). Commenta lo sceneggiatore e programmatore Francesco Liotta che

> «[...] *laddove ci siamo dovuti scontrare con dei limiti economici, in particolare nella fase iniziale di sviluppo, siamo riusciti a compensare momentaneamente solo grazie a uno sforzo personale (leggasi sudore e sangue). Siamo però arrivati a un punto per cui, senza l'appoggio di un publisher* [Adventure Planet] *e una campagna di crowdfunding, non saremmo stati comunque in grado di coprire i costi di sviluppo necessari per rilasciare il gioco per quello che conoscete*[571]».

Un altro esempio è l'avventura grafica in realtà virtuale *Loading Human: Chapter I*, (Untold Games, 2016), la cui copertura dei costi, stimati intorno ai 600.000 euro, è derivata da un iniziale autofinanziamento tramite reinvestimento di fondi guadagnati con lavori b2b per aziende come Corona e Camel, da una campagna crowdfunding su Kickstarter che ha raggiunto i 40.000 dollari[572], da un grant di 15.000 dollari assegnato dalla Epic alle aziende che utilizzino per progetti innovativi il motore grafico di cui è proprietaria, Unreal 4, e infine dal publisher statunitense Maximum Games[573].

Come si è visto precedentemente, il censimento realizzato da AESVI indica che il 44% delle software house italiane dichiara guadagni annuali derivati dalla vendita di videogiochi inferiori ai

---

[571] D'Amito, Alessandro, *Loot Boxes e microtransazioni nei videogiochi – Cosa ne pensano gli sviluppatori sulla questione?*, Nerdplanet.it, 5 dicembre 2017. (https://videogames.nerdplanet.it/loot-boxes-e-microtransazioni-nei-videogiochi-cosa-ne-pensano-gli-sviluppatori-sulla-questione/).

[572] KickStarter, *Loading Human Campaign*, maggio 2014. (https://www.kickstarter.com/projects/37135808/loading-human/description).

[573] Cozzi, Emilio, *Startup: Untold Games pronta al debutto su Playstation Vr ed è già a break even*, Il Sole 24 Or, 11 ottobre 2016. (https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2016-10-11/startup-untold-games-pronta-debutto-playstation-vr-ed-e-gia-break-even--125407.shtml?uuid=ADicOKEB)

10.000 euro, con il 35% di queste che non arriva ai 1.000 euro[574]. Le entrate, sia per la mera sopravvivenza che per la produzione videoludica, derivano per lo più da lavori per conto terzi dedicati al mercato b2b, con il 52% degli studi opera sia in ambito consumer che business[575]. I committenti sono per il 55% aziende private, che richiedono prodotti finalizzati al marketing e alla comunicazione (gamification, servizi per il web, app per la vendita online, ecc.), seguite da enti e associazioni (il 20%) e istituzioni pubbliche (il 16%), principalmente per lo sviluppo di serious games destinati alle scuole e giochi legati a singoli eventi culturali. Spesso le software house mettono a disposizione di terzi le proprie abilità nei settori della programmazione (principalmente per la gestione di servizi web o la creazione di app b2b), della grafica e modellazione 3D (per lo sviluppo di asset utilizzati dalle imprese di design, architettura, pubblicitarie, cinematografiche), della produzione musicale ed effettistica.

In alcuni casi si stringono accordi di outsourcing tra software house, dove per outsourcing si intende «a work arrangement made by an employer who hires an outside contractor to perform work that could be done by company personnel[576]»: questi accordi riguardano principalmente la produzione di asset grafici e, più raramente, il coding di determinate funzioni e servizi proposti all'interno del gioco, o la creazione di colonne sonore. Alcuni studi sono dedicati all'outsourcing, come We were UV[577], che i suoi componenti descrivono come «un giovane studio italiano focalizzato sullo sviluppo di *gaming art content* e di applicazioni interattive nel settore B2B[578]», il cui «punto di forza [...] è lo sviluppo di asset grafici per altre aziende di gaming, soprattutto nel settore racing (PC e console); abbiamo realizzato vari assets per titoli come *MotoGP, Sebastien Loeb Rally, MXGP*, etc.[579]», tutti videogiochi sviluppati dalla Milestone. In altri casi, l'outsourcing è permesso dalla presenza di publisher e/o campagne di crowdfunding di successo. Troglobyte Games ad esempio ha lavorato in outsourcing per i giochi *Blockstorm* (GhostShark, 2016), supportato dal publisher Indiegala, e *Loading Human: Chapter I* (Untold Games, 2016), di cui abbiamo già parlato.

Più spesso, invece, si parla di collaborazioni, dove i singoli o le software house coinvolte vengono indicate come corresponsabili nella produzione di un videogioco: *Wheels of Aurelia* (Santa Ragione, 2016) vede la collaborazione di Pozzi e Molinari alla sceneggiatura e ai dialoghi. Alcune di queste collaborazioni nascono nell'ambito delle game jam. *The Way of Life* (Cyber Coconut, 2018) viene sviluppato in versione demo durante la Global Game Jam al Politecnico di Milano del

---

[574] AESVI, *op.cit.*, 22 novembre 2016, p.12.
[575] *Ibid.*
[576] Aencyclopedia Britannica, *Outsourcing*. (https://www.britannica.com/topic/outsourcing).
[577] Fino al 2017, software house conosciuta come Unreal Vision.
[578] Py [nickname], *art.cit.*, 19 luglio 2017.
[579] *Ibid.*

2014 da Nicolò Azzolini, Davide Caio, Antonio Carcagnì, Fabio Ferrara e Mathieu Renaudat[580], e in seguito completato nella sua versione definitiva dai primi quattro, che fondano per l'occasione la software house Cyber Coconut. Lo studio è però gestito dai soli Azzolini e Caio, con Ferrara e Carcagnì come collaboratori "a progetto".

3.2.2.2. Crowdfunding

Sono molti gli studi italiani a ricorrere al crowdfunding, sia sulle piattaforme internazionali (Kickstarter, IndieGogo) che nazionali (Produzioni dal basso, Eppelà). Similmente alla situazione internazionale, la maggior parte delle campagne non raggiunge gli obiettivi prefissati, rendendo i pochi casi di successo (soprattutto se clamorosi) eventi mediatici in grado di attirare l'attenzione della stampa non solo specializzata. *Bud Spencer & Terence Hill – Slaps and Bean* (2017), picchiaduro a scorrimento su licenza della celebre coppia di attori creato dalla software house Trinity Team, raccoglie su Kickstarter 212.557 euro contro i 130.000 richiesti[581]. Librido RPG/Visual Novel *The Ballad Singer* (2018) sviluppato da Curtel Games, riesce ad essere finanziato sia su Kickstarter (con 33.472 euro su 25.000 richiesti[582]) che IndieGogo (raccogliendo 40.433 dollari su 25.000 di obiettivo[583]). Lo sperimentale Massive Multiplayer FPS in realtà aumentata *Father.IO* (TBA 2018) sviluppato da Proxy42 ha raggiunto il suo obiettivo di 75.000 dollari in 24 ore dall'apertura della campagna su IndieGogo, raccogliendo in totale 483.861 dollari[584].

Si tratta di casi particolari. Il crowdfunding, da pratica privileggiata per il finanziamento "indipendente", al momento è spesso impraticabile dalle piccole software house. Oltre a una saturazione delle campagne proposte – su ogni piattaforma –, si nota l'elevata percentuale di fallimenti, causati principalmente da inesperienza, nonché il fatto che le poche di successo sono spesso organizzate da publisher o agenzie pubblicitarie: gestire una campagna, attualmente, richiede un consistente investimento di tempo, abilità commerciali e denaro, che nella maggior parte dei casi non giustifica la pratica, o si rivela in perdita. Proporre campagne per finanziare l'intera produzione di un gioco è al momento un forte azzardo. I tentativi della software house Inner Void di finanziare

[580] Global Game Jam 2014, *The Way of Life*, 2014. (https://globalgamejam.org/2014/games/way-life).
[581] Trinity Team, Bud *Spencer & Terence Hill - Slaps And Beans*, Kickstarter, ottobre 2016 (https://www.kickstarter.com/projects/1684041218/bud-spencer-and-terence-hill-slaps-and-beans/description)
[582] Curtel Games, *The Ballad Singer - Write your own fantasy story!*, Kickstarter, novembre 2017. (https://www.kickstarter.com/projects/curtelgames/the-ballad-singer-write-your-own-fantasy-story/description)
[583] Curtel Games, *The Ballad Singer - Write your own fantasy story!*, IndieGogo, novembre 2017. (https://www.indiegogo.com/projects/the-ballad-singer-write-your-own-fantasy-story#/)
[584] Proxy42, *father.io: Massive Multiplayer Laser Tag*, IndieGogo, aprile 2016. (https://www.indiegogo.com/projects/father-io-massive-multiplayer-laser-tag#/).

tramite Kickstarter il loro primo videogioco, *Zaharia*, un RPG in prospettiva isometrica 3D di ambientazione Mediorientale e dalla forte componente narrativa – «We already have more than 1.000 pages of background and script, and the work has only just begun!», scrivono sulla pagina Kickstarter[585] – vede raccogliere 15.846 euro contro i 135.000 richiesti; un secondo tentativo, sempre su Kickstarter, con l'interessante *That Day We Left*, incrocio tra avventura grafica e manageriale che racconta il viaggio verso l'Europa di un gruppo di profughi siriani in fuga dalla guerra, vede la software house ridimensionare le proprie richieste (l'obiettivo è fissato a 20.000 euro) e ottenere un discreto supporto mediatico dalle riviste online di settore, ma raccoglie solo 4.738 euro[586]. Entrambi i titoli vengono cancellati. Nathan Pipierno, lead designer e sceneggiatore alla Inner Void, commenta:

> «*ormai* Kickstarter *sembra essere utile solo per fare marketing, come nel caso di* Kingdom Come*, un progetto che ha dietro grossi fondi e che ha usato Kickstarter per racimolarne altri ma soprattutto per farsi conoscere. Ormai su* Kickstarter *è difficile, se non impossibile, vedere il piccolo team tirare su grosse cifre, non solo perché il mercato indie è sempre più ricco di nuove uscite, ma anche perché, e lo dico da giocatore, molta della roba che è uscita fuori da* Kickstarter *si è rivelata deludente, a volte i progetti neanche sono stati portati a termine*[587]».

Il crowdfunding può essere, d'altro canto, un possibile aiuto se limitato a pochi aspetti, come il finanziamento per la traduzione in altre lingue, lo sviluppo di nuove modalità di gioco (es. il multiplayer), l'aggiunta di mappe o contenuti, comunque su prodotti già sviluppati se non nella loro completezza, quantomeno alle fasi finali. I possibili bakers, inoltre, prima di finanziare un progetto, sempre più pretendono di poter valutare almeno una demo giocabile, rendendo spesso più efficace per le software house cercare fonti tramite il servizio Early Access, bypassando il crowdfunding (o attuando entrambe le strategie). Artistic Mind lancia nel 2016 una campagna Kickstarter per l'ambizioso open–world di ambientazione fantascientifica *Star Shift*, ponendo come obiettivo 200.000 euro: ne raccoglieranno 2000[588]. L'utente Seneka commenta: «I'm sorry but this game is way too abstract. It might be good, but we (the community / the players) don't know you. So we

[585] Inner Void, *Zaharia, a fantasy RPG inspired by Middle Eastern world*, Kickstarter, febbraio 2014. (https://www.kickstarter.com/projects/199630513/zaharia).
[586] Inner Void, *That Day We Left - A narrative game about the refugee crisis*, Kickstarter, luglio 2016. (https://www.kickstarter.com/projects/1346867743/that-day-we-left-a-narrative-game-about-the-refuge?token=5b6e35ad).
[587] Uollo, Edoardo, *Quattro chiacchiere con Nathan Piperno sul futuro di Inner Void e Zaharia*, Il videogioco.it, 18 novembre 2014. (https://www.ilvideogioco.com/2014/11/18/chiacchiere-nathan-piperno-futuro-inner-void-zaharia/).
[588] Artistic Minds, *Star Shift*, Kickstarter, dicembre 2016. (https://www.kickstarter.com/projects/artistic-minds/star-shift/description).

don't trust you. We need to see way more of the game you want to build. No videos, but more gameplay mechanics, more concepts[589]».

Campagne con forti richieste, di almeno un centinaio di migliaia di euro, raramente hanno successo, anche se supportate da publisher, investitori, stampa. Si nota come buona parte delle campagne di successo abbiano impostato obiettivi relativamente bassi, tra i 10 e 20.000 euro, organizzandole fin dall'inizio come un possibile, ulteriore supporto economico a fondi già acquisiti. Le due avventure grafiche *The Wardrobe* (C.I.N.I.C. Games, 2016) e *Detective Gallo* (Footprint Games, 2018), entrambe realizzate con il supporto del publisher AdventurePlanet, hanno fissato gli obiettivi delle loro campagne su Eppelà rispettivamente a 10.000[590] e 15.000[591] euro, raggiungendo le quote prefissate (per quanto superandole di pochi euro).

3.2.2.3. Publisher

Se escludiamo Ubisoft e la sua storica succursale milanese, ben poche sono le attività degli altri grandi publisher come EA o Activision/Blizzard, che pur avendo basi in Italia, si limitano alla gestione della distribuzione locale del proprio catalogo. Escludendo le scarse attività di porting e i rari casi di sviluppo per le *hand-held* console Nintendo e Sony affidate alle software house durante gli anni 2000 di cui si è parlato nel capitolo 2, sono i tre grandi publisher/produttori di console ad essere i più attivi in ambito nazionale, per quanto solo in tempi recenti e principalmente per il supporto alla distribuzione, piuttosto che allo sviluppo. Mentre Nintendo ha dichiaratamente aperto agli indipendenti – su scala globale – istituendo il programma *Nindie*, principalmente ospitando porting di titoli indipendenti di successo originari per PC sulla console Switch, sono più che altro Sony e Microsoft a dimostrarsi interessati al videogioco italiano.

Nonostante qualche contatto durante gli anni Novanta e Duemila, Sony avvia un dialogo con gli sviluppatori italiani soprattutto dall'estate 2013, con l'incontro *PlayStation Italia Developers Conference*, ma l'interesse si dimostra prevalentemente nella distribuzione che nella produzione: sono pochi gli effettivi interventi finanziari in fase di sviluppo, come per *Murasaki Baby* (Ovosonico, 2014) o *Still Time* (Alan Zucconi, 2017). Lo stesso si può affermare per Microsoft, per quanto con numeri di gran lunga superiori. Già in precedenza alcuni titoli italiani avevano trovato

---

[589] Seneka [nickname], *Star Shift. Comments*, Kickstarter, dicembre 2016. (https://www.kickstarter.com/projects/artistic-minds/star-shift/comments).
[590] CINIC Games & Adventure Productions, *The Wardrobe*, Eppelà, novembre 2015. (https://www.eppela.com/it/projects/6173-the-wardrobe).
[591] Footprint Games & Adventure Productions, *Detective Gallo*, Eppelà, novembre 2016. (https://www.eppela.com/it/projects/10838-detective-gallo).

spazio sul servizio XBox Live Indie Game – i platform *Extreme RPS* (2009)*, Balate: The Last Kingdom* (2010)*, Bloody Death* (2010)*, No Pain No Brain* (2011) della palermitana MonkeyWare Studio; i metroidvania *Akane The Kunoichi* (2014) e *Amazing Princess Sarah* (2014) della romana Haruneko Entertainment; l'RPG *Doom & Destiny* (2011) di HeartBit Interactive –, ma è con il programma ID@XBox, nato ufficialmente nel 2014 per offrire sostegno tecnico, pubblicistico e distributivo tramite le piattaforme XBox Live e Windows Store[592] che Microsoft dimostra il suo interesse per le software house nazionali. Attualmente, sono molti gli studi italiani iscritti al programma, come LKA, Broken Arms Games, Troglobyte Studio, Gamera Interactive, Rimlight Studios, Invaders Studio, Studio Evil, Forge Replay, 34BigThings, Raven Travel Studios, Antab Studio, Stormind Games, The Fox Software, 3D Clouds. É necessario sottolineare però come il programma sia legato strettamente all'autopubblicazione: Microsoft non offre finanziamenti allo sviluppo. Chris Charla, tra i responsabili internazionali del programma, sottolinea che «[ID@XBox] è un programma focalizzato sul business, ci specializziamo nella promozione, sul gestire la piattaforma, sul fare in modo che i giochi vengano effettivamente pubblicati, ma lo sviluppo, il design… quegli aspetti competono agli sviluppatori[593]». Eventuali interventi si limitano alle fasi finali dello sviluppo, continua Charla:

> *«diamo una mano a ottenere la classificazione per fascia d'età, a superare la certificazione, ad essere pubblicati su Xbox... ad affrontare questo genere di questioni tecniche. Condividiamo il maggior numero possibile di informazioni su come si promuove un gioco, qual è il momento migliore per annunciarlo, come si mantengono inerzia e interesse dopo il lancio, come tenere traccia del numero di persone che vede il gioco, di quanti effettivamente ci giocano e così via*[594]».

Le testimonianze sono generalmente positive, da Gianluca Troiano, veterano dell'industria e *one-man-band* dello studio The Fox Software – «durante una conferenza sono venuto a conoscenza del programma Microsoft ID@Xbox che consente a degli sviluppatori indie di poter pubblicare i loro prodotti. Da lì sono iniziati i contatti e devo dire che tutta l'esperienza è stata davvero positiva[595]» – ad Alberto Belli di Gamera Interactive – «We're working with Microsoft Italy trough ID@Xbox and they're helping us very much with *Nero*'s marketing activities, PR and so on. Indies usually

[592] Microsoft, *Welcome to ID@XBOX*, Sito ufficiale Microsoft. (https://www.xbox.com/en-US/developers/id?xr=footnav).
[593] Maderna, Andrea, *Terzo grado a Chris Charla di ID@Xbox: giochi indie, collaborazioni, amori personali e altro*, Outcast.it, 23 marzo 2018. (http://www.outcast.it/home/2018/3/23/terzo-grado-a-chris-charla-di-idxbox-giochi-indie-collaborazioni-amori-personali-e-altro).
[594] *Ibid.*
[595] Ullo, Edoardo, *Intervista a Gianluca Troiano per Active Soccer 2 DX*, Il Videogioco, 11 aprile 2016. (https://www.ilvideogioco.com/2016/04/11/intervista-a-gianluca-troiano-per-active-soccer-2-dx/).

don't like publishers because of an old way of thinking. Publishers are friends, not enemies – they're the best thing that could happen to your game[596]».

Pochi invece sono i publisher italiani attivi, «un centesimo di quanti ce ne sono in UK, e dobbiamo rimediare perché ci serve gente in grado di portare le software house sul mercato[597]», ma piuttosto eterogenei. Il più importante a livello internazionale è 505 Games, sussidiaria della Digital Bros fondata nel 2007 con compiti editoriali[598], che punta ad un mercato di massa con la diversificazione di generi e titoli proposti. Lontano dalla visione negativa che circonda i publisher nelle narrazioni dei piccoli sviluppatori, 505 si propone con fare amichevole agli interessati:

> «*The first thing to know about 505 Games is that we're not like other games publishers, we like to think that we are very different from what you likely perceive a games publisher to be.* [...] *Anyone who wears a suit in the office is eyed suspiciously! Most of us are gamers… yes, shock horror, a games publisher where people actually play games… I know it's a strange concept, but it's true, we do actually play games here at 505.* [...] *We LOVE innovation; games that require a different way of thinking are our favorite things, but here's a secret, it's REALLY hard to make good games and be innovative at the same time* [...]. *If you're a developer and you're reading this and you have a super cool idea or game that you'd like to discuss with us please reach out… we'd be happy to discuss it with you and we promise not to tell you to make it more like* Call of Duty *or* GTA[599]».

Nonostante il catalogo di titoli proposti veda una nutrita selezione di produzioni indipendenti – come *Terraria* (Re–logic, 2011), *Limbo* e *Inside* (PlayDead, 2012, 2017), *Don't Starve* (Klei, 2016), *Virginia* (Variable State, 2017), *Stardew Valley* (Chucklefish, 2016), *Abzu* (Giant Squid Studios, 2015) – che sembrano confermare le intenzioni "amichevoli" del publisher, in realtà più fonti (che preferiscono restare anonime) in comunicazioni private denunciano condizioni poco appetibili per gli sviluppatori. Una di queste racconta che «tutti i publisher si presentano come amici, finché non si parla di royalties. 505 Games chiede il 70% del prezzo di vendita di ogni singola unità venduta, il contrario di quanto avviene su Steam o su altri store digitali, e trattiene anche il 30% degli sviluppatori finché i finanziamenti concessi sono stati ripagati, la stessa

---

[596] Batchelor, James, *Region Focus: Italy's gaming renaissance*, Develop-online.net, 27 ottobre 2014. (http://www.develop-online.net/analysis/region-focus-italy-s-gaming-renaissance/0199261). Belli, quando ha rilasciato questa dichiarazione, era tra i fondatori di Storm in a Teacup, prima di creare Gamera Interactive nel 2016.
[597] Surano, Alberto, *art.cit.*, 20 ottobre 2016.
[598] Digital Bros, *La storia*, 2018. (https://www.digitalbros.com/la-storia/).
[599] 505 Games, *About 505 Games*, 2018. (https://505games.com/about/).

dinamica di dieci, quindici anni fa, prima della distribuzione digitale[600]». Detto questo, le collaborazioni di 505 con la scena videoludica italiana si sono dimostrate fruttuose, come nei casi di *Joe Dever's Lone Wolf* (2016) di Forge Replay e *RedOut* (2016) di 34BigThings, fino all'acquisto di software house, come Ovosonico, acquisita al 49% per 1.4 milioni di euro nel 2015[601], e Kunos Produzioni, acquistata interamente nel 2017 per 4.3 milioni[602].

Gli altri publisher italiani condividono la particolarità di essere anche software house, finanziando la produzione di giochi con i propri team interni o in collaborazione con altri studi, e di dedicarsi a specifici generi videoludici. Adventure Planet ad esempio è specializzata in avventure grafiche. Come già visto nel capitolo 2, prima di aprire la sezione publishing Adventure Planet era già attiva dal 2003 come forum per appassionati di avventure grafiche, e dal 2006 come S.r.l. proprietaria del sito e-commerce Adventure Planet Shop. Tramite l'etichetta Adventure Planet Production, specializzata in publishing e distribuzione di opere terze, nonché nello sviluppo di titoli originali, al momento può vantare una produzione interna, l'avventura grafica a episodi *Shadows of the Vatican* in collaborazione con 10th Art Studio, e due esterne, l'esordio di C.I.N.I.C. Games, *The Wardrobe* (2016) e *Detective Gallo* di Footprints Games (2018). Entrambe queste avventure grafiche per PC condividono una grafica *hand-drawn* e guardano all'umorismo e alla bizzarria degli enigmi dei classici LucasArts degli anni Novanta, intercettando un forte pubblico di appassionati e nostalgici, come dimostra anche il risultato delle campagne crowdfunding di cui abbiamo già parlato in precedenza. Le due avventure sono poi state recentemente distribuite anche su PlayStation 4 e Nintendo Switch, come frutto della collaborazione tra Adventure Productions e MixedBag Publishing[603].

Quest'ultima, fondata come software house a Torino nel 2013 da Mauro Fanelli e Andrea Gellato e ora comprendente sette elementi, si è distinta con lo shooter arcade *Futuridium EP* (2016), psichedelico omaggio 3D del cult *Uridum*[604], e il metroidvania *forma.8* (2017), distribuiti su ogni piattaforma, ma dal 2016 ha aperto anche una divisione interna, MixedBag Publishing, dedicata alla pubblicazione di giochi italiani su console e occupandosi di eventuali porting. I primi accordi hanno

---

[600] Comunicazione privata da fonte anonima, ottobre 2018.
[601] Simonetta, Biagio, *Digital Bros investe circa un milione e mezzo di euro in Ovosonico*, Il Sole 24 Ore, 15 settembre 2015. (http://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2015-09-15/digital-bros-investe-circa-milione-e-mezzo-euro-ovosonico-103359.shtml?uuid=AClK42x)
[602] Leoni, Davide, *Digital Bros acquista gli sviluppatori di Assetto Corsa per 4.3 milioni di euro*, Everyeye.it, 21 gennaio 2017. (https://www.everyeye.it/notizie/digital-bros-acquista-gli-sviluppatori-assetto-corsa-per-4-3-milioni-euro-282781.html)
[603] Musso, Gianluca, *Le produzioni italiane The Wardrobe e Detective Gallo in arrivo su Switch e PS4*, Eurogamer.it, 5 febbraio 2018. (https://www.eurogamer.it/articles/2018-02-05-news-videogiochi-le-produzioni-italiane-the-wardrobe-e-detective-gallo-in-arrivo-su-switch-e-ps4).
[604] Shoot'em up di ambientazione fantascientifica sviluppato per Commodore 64 da Andrew Braybrook nel 1986.

portato su tutte le console *Wheels of Aurelia* (2017) di Santa Ragione e *Atomine* (2017) di Broken Arms Games, oltre alle avventure grafiche targate Adventure Productions.

MixedBag non è l'unica software house a intraprendere anche la strada della distribuzione, specializzandosi su una determinata piattaforma. redBit Games, fondata a Roma da Massimo Guareschi, Francesco Comi e Manuel Gabrieli[605], sviluppa giochi per mobile dal 2013, aprendo nel 2014 la divisione interna Tiny Games, specializzata nella pubblicazione di giochi casual, per la maggior parte sviluppati da software italiane, tra le quali Looky Games (*Planet Zoom*, 2014, *100 Levels*, 2015, *Geometry Cut*, 2016, *Goat Turbo Attack*, 2016, *Time Bomb Race*, 2016, *Game Dev Empire*, 2017), Creek.games (*Cyclus*, 2016), 101% (*Fury Roads Survivor*, 2016). Al 2017 si contano oltre 40 giochi sviluppati e pubblicati, con più di 100 milioni di download in 150 paesi diversi e un'utenza mensile di 2 milioni di persone[606].

IndieGala viene fondata come start-up a Roma nel dicembre 2011 da Riccardo Rosapepe su finanziamento del *venture capital* italiano Innogest, e nasce come store online, in questo caso sul modello sperimentato dal portale statunitense Humble-Bundle[607], con la vendita di pacchetti di videogiochi (solitamente da 2 a 10) a offerta libera a partire da una soglia minima molto bassa (variabile da 1 a 3.99 euro in su) e di cui una percentuale viene devoluta a organizzazioni non governative a scelta dell'utente. I giochi offerti nei pacchetti, esclusivamente per PC, sono spesso brevi e variano per qualità e importanza, con un forte numero di piccoli prodotti dalla riuscita altalenante raccolti per tema, genere, software house, azienda o evento (come Halloween o Natale) attorno a un titolo di richiamo: sono giochi sviluppati da singoli o piccoli team spesso per sperimentazione, che altrimenti difficilmente troverebbero spazio sul mercato. Paolo Pedercini nota come l'associazione ad una raccolta fondi benefica si riveli «un modello ingegnoso perchè è più conveniente della pirateria ed esercita una certa pressione morale su chi acquista: gli stessi creatori vogliono potenzialmente offrire tutti i loro guadagni alla Croce Rossa o all'Electronic Frontier Foundation, come puoi tu giocatore dozzinale, decidere di pagare $0? In questo modo si stabilisce una relazione diversa con i potenziali clienti, i creatori ottengono meno profitto per ciascuna copia ma vendono più copie[608]». Al 2017, Indiegala conta 72 milioni di giochi venduti, 6.800 milioni di utenti registrati e un totale di 21 milioni di dollari raccolti, posizionandola nel relativo segmento del

---

[605] Guimaraes, Celia, *Tre amici e una startup di successo: ecco come è nato Splashy Fish*, RaiNews.it, 24 febbraio 2015. (http://www.rainews.it/dl/rainews/articoli/intervista-a-massimo-guareschi-creatore-del-gioco-splashy-fish-96b02832-e173-4424-a823-73bd752e02c8.html).
[606] RedBit Games, *About Us*, 2018. (https://www.redbitgames.com/about-us/).
[607] Humble Bundle, *Home Page*, 2018. (https://www.humblebundle.com/store).
[608] Romano, Zoe, *Videogame indipendenti crescono, voci dall'Italia*. Digicult.it, 2013, (http://digicult.it/it/news/indie-videogames-are-going-big-some-voices-from-italy/)

mercato globale seconda solo ad Humble Bundle[609]. Con una ventina di dipendenti, IndieGala dal 2014 apre anche al publishing, collaborando tra gli altri con GhostShark Games per l'FPS multiplayer *Blockstorm* (2015), Caracal Games per *Downward* (2017), Yonder per *Red Rope – Don't Fall Behind* (2017), e allo sviluppo, con il grottesco multiplayer *Stayin' Alive* (2017) e *Die Young* (disponibile su Steam in Early Access).

La maggior parte delle collaborazioni tra sviluppatori e publisher si dimostrano fruttuose, allontanandosi dall'opinione negativa che circonda la figura del publisher. É bene sottolineare come l'attività contemporanea dei publisher sia più dedicata al supporto pubblicitario, alla gestione di eventuali campagne di crowdfunding, alla realizzazione di accordi per la pubblicazione multipiattaforma, piuttosto che al finanziamento diretto in fase di sviluppo. Pietro Righi Riva nota che «*Wheels of Aurelia* è costato intorno ai 100.000 euro, ed ha raggiunto il break even solo ad un anno di distanza dalla sua pubblicazione, grazie all'aiuto di Mixed Bag che ne ha permesso il porting per PS4, Xbox One e Nintendo Switch[610]».

In questo contesto, dove la fase di sviluppo creativo è spesso lasciata nelle mani degli sviluppatori e i publisher intervengono soprattutto per agevolare la distribuzione di un prodotto completato o già in fase avanzata, è possibile comunque considerare un videogioco come indipendente poiché (teoricamente) viene preservata l'intenzione origianle degli autori. Alle dichiarazioni positive riportate precedentemente da Gianluca Troiano e Alberti Belli riguardo Microsoft se ne aggiungono altre, come i ringraziamenti di Sylphe Lab nei confronti di IV Produzioni, dove Ivan Venturi si è dimostrato fondamentale nel dispensare consigli, seguirli nel «percorso per definire gli aspetti della pubblicazione[611]» e presentarli al publisher francese Anuman Interactive per la distribuzione dell'avventura grafica *Occultus: Mediterranean Cabal*.

Altri casi invece si sono conclusi nel peggiore dei modi. Il più recente ha visto scontrarsi la software house torinese Brain in the Box e il publisher Indiegala riguardo lo sviluppo del MMO Open World *Voodoo*, da ottobre 2017 affidato a 34BigThings con il titolo *Titans: Dawn of Tribes*. I primi, con un post sul sito ufficiale pubblicato il 24 febbraio 2018 da Luca Musso, Pietro Papalia e Roberto DiGiglio, ammettono le loro colpe giustificandosi con la scarsa inesperienza nel settore – «[…] per tutti i membri di Brain in the Box *Voodoo* è stato il primo videogioco sviluppato e per la maggior parte addirittura la prima esperienza di lavoro. Come molti di voi sapranno non si può pensare di

---

[609] Cellini, Paolo, *Indiegala: è italiano il leader mondiale nella vendita di videogiochi "a pacchetto"*, Il Foglio, 21 maggio 2015. (https://www.ilfoglio.it/stand-up-start-up/2015/05/21/news/indiegala-e-italiano-il-leader-mondiale-nella-vendita-di-videogiochi-a-pacchetto-84040/?refresh_ce)

[610] Associazione IPID, *Pietro Righi Riva, Santa Ragione*, Svilupparty 2018 Beta, talk, 18 maggio 2018. Video al link: https://www.youtube.com/watch?v=rlieGRtr-QM.

[611] Ullo, Edoardo, *art.cit.*, 15 dicembre 2017.

entrare nel mondo dello sviluppo videoludico con un progetto complesso come un "survival open world in terza persona con multiplayer persistente". […] La nostra inesperienza non si è limitata certo alle questioni tecniche dello sviluppo: quando abbiamo intrapreso la ricerca di un publisher abbiamo commesso un errore dopo l'altro. Vuoi per la fretta di avere dei fondi [...], vuoi per la modestia ed il sapere di non essere nessuno, abbiamo decisamente puntato basso al momento della richiesta del finanziamento per lo sviluppo di un progetto di così grandi vedute […]. Un altro fatto immensamente rilevante è stato la totale assenza di competenze amministrative di una vera società SRL da parte dei responsabili[612]» – per poi accusare Indiegala di comportamenti scorretti, di non aver fornito il supporto pubblicitario promesso, di aver trattenuto i ricavi della campagna Kickstarter senza investirli effettivamente nello sviluppo del gioco, di non averli seguiti al lancio in Early Access su Steam, e infine di avergli fatto causa quando ormai la software house non poteva che dichiarare fallimento. Indiegala, nella figura del co–fondatore Riccardo Rosapepe, risponde con un post[613] sull'hub della comunità Steam di *Titans: Dawn of Tribes*[614] replicando che «l'unica ragione per cui [le aspettative] non sono state rispettate è stata l'incompetenza umana e tecnica delle persone che hanno scritto questo articolo. [...] il loro software non ha mai funzionato. Non hanno mai consegnato quello che promettevano. I mesi passavano, ma non c'erano neanche le caratteristiche base del gioco». Inoltre, «non solo non sono stati capaci di produrre un netcode basilare dopo due anni ma persino i loro asset erano solo un casino. Non ho mai visto roba simile in quindici anni di sviluppo di videogiochi. Gli asset erano tanto disastrosi che 34BigThings ha dovuto buttarli via perché erano praticamente inutilizzabili», a tal punto da far considerare a Rosapepe di procedere per via legali con una denuncia per frode. Al momento in cui scriviamo, la disputa è ancora in corso.

3.2.3. Istituzioni governative e non

Per quanto si segnalino sparute iniziative regionali, come PIN[615], promosso dalle Politiche Giovanili della Regione Puglia e dedicato al finanziamento a fondo perduto di progetti culturali, sociali e tecnologici proposti da under 35[616] con cifre dai 10 ai 30.000 euro, di cui ha beneficiato la software house foggiana Iperurania Arts[617] per lo sviluppo dell'avventura grafica *Beyond The Sky*

[612] Brain in the Box, *Home Page,* sito ufficiale: (http://bitbgames.com/)
[613] Il post è stato cancellato, ma è recuperabile una sintesi tradotta in italiano alla pagina (http://www.webtrek.it/2018/02/indiegala-brain-box-voodoo-titans-34bigthings/)
[614] Steam Community, *Titans: Dawn of Tribes Community.* (https://steamcommunity.com/app/467570)
[615] PIN, *Sito ufficiale*, Regione Puglia, 2018. (http://pingiovani.regione.puglia.it/).
[616] PIN, *L'iniziativa*, Regione Puglia, 2017. (http://pingiovani.regione.puglia.it/iniziativa).
[617] PIN, *I vincitori. Iperurania Arts*, Regione Puglia, 2017. (http://pingiovani.regione.puglia.it/vincitori/iperurania-arts).

(TBA 2018), in generale lo scarso interesse istituzionale è spesso citato sia da sviluppatori che publishers come una delle principali problematiche del settore videoludico italiano. La maggior parte di questi lamenta difficoltà nell'ottenere fondi e nello svolgimento delle pratiche burocratiche (problematica questa che in realtà affligge il settore imprenditoriale italiano in toto), determinata in primis dallo scarso interesse di *venture capitalists* ed istituzioni governative nell'investire nel medium videogioco, una situazione ormai nota in Italia e di poco migliorata rispetto al passato nonostante la costante crescita del mercato, dell'utenza e delle iniziative culturali dedicate.

Le testimonianze e le richieste di intervento sono molteplici. Da quelle più istituzionali formulate in più riprese dall'AESVI con un generalista «supporto al "fare impresa": semplificazione della burocrazia, riduzione del costo del lavoro, flessibilità del mercato del lavoro e sviluppo delle infrastrutture di rete» e «al "fare videogiochi"» rafforzando «in modo significativo il sostegno all'internazionalizzazione del settore, introdurre il tax credit per la produzione di videogiochi in Italia, come già avviene in Francia e in Gran Bretagna, includere il settore dei videogiochi nelle politiche di investimento del settore pubblico e privato e prevedere fondi di finanziamento dedicati allo sviluppo di nuovi contenuti[618]», a quella dell'industria, con ad esempio Sony che già nel 2013, nelle dichiarazioni dell'allora Direttore Marketing Andrea Cuneo, sottolineava come la multinazionale giapponese, in quanto azienda privata, potesse mettere «[…] le proprie risorse economiche, consulenziali e di relazioni per facilitare la creazione di un tessuto industriale del videogame in Italia», ma che per farlo era necessario «[…] un supporto governativo per creare competenze e finanziamenti che diano le possibilità a piccole aziende di crescere in un momento così complicato per l'economia Italia[619]». Richieste portate a più riprese anche dai singoli studi come Sylphe Labs – «[…] manca una consapevole azione a sostegno di un potenziale indotto da parte delle istituzioni che ai videogiochi spesso si accostano con sufficienza e scarsissima informazione. Sebbene si parli di incentivi fiscali mancano concretamente finanziamenti e/o contributi statali come quelli che consentono di fare produzione su altri media[620]» – o Breaking Bytes – «[…] il nostro più grande scoglio […] non è legato allo sviluppo del gioco stesso ma alla sua commercializzazione. È molto complicato, almeno per noi in Italia, riuscire a imboccare una strada che non risulti altamente rischiosa, dato che non esiste una vera propria via da seguire per chi come noi si affaccia a questo tipo di mercato per la prima volta. Scegliere il tipo di società da costituire, valutarne i pro e i contro, i rischi e gli svantaggi ma soprattutto mettere in conto che fino

[618] Guerini, Marco, *Videogiochi, L'industria del futuro che cresce anche in Italia*. Corriere della Sera, 26 febbraio 2016. (http://blog.corriereinnovazione.corriere.it/2016/02/26/videogiochi-industria-futuro/).
[619] AESVI, *Intervista doppia ad Alessandro Bovenzi, European Development Account Manager, Third Party Relations, SCEE e Andrea Cuneo, Direttore Marketing SCEI, in occasione della prima PlayStation Italia Developers Conference*, 24 luglio 2013. (http://www.aesvi.it/cms/view.php?dir_pk=1204&cms_pk=2086)
[620] Ullo, Edoardo, *art.cit.*, 15 dicembre 2017.

a quando il gioco non sarà messo in vendita, tutte le imposte, i bolli e gli atti notarili saranno delle spese obbligatorie e quasi estorte da parte del nostro paese. Queste spese, in altre nazioni, non graverebbero così tanto sul percorso di chi vorrebbe far diventare la propria passione il proprio lavoro[621]».

3.2.3.1. Start-up innovative

Grazie soprattutto al lavoro di sensibilizzazione dell'AESVI, il governo italiano ha intrapreso alcune azioni legislative in favore del finanziamento e distribuzione di opere videoludiche italiane, la prima delle quali è stata l'introduzione delle software house nella categoria delle start-up[622] innovative beneficiarie delle misure di sostegno fiscale sul credito d'imposta e sugli utili reinvestiti descritte nella proposta di legge 5093 del 2012 ("Disposizioni per la realizzazione dell'agenda digitale nazionale[623]"), dedicando l'articolo 23 del Capo IV alle software house, dove vengono riconosciuti:

1. alle "imprese di produzione" di software videoludico «un credito d'imposta ai fini delle imposte sui redditi, pari al 15 per cento del costo complessivo di produzione delle opere videoludiche realizzate nel territorio italiano, fino all'ammontare massimo di 2.500.000 euro» (comma 1);
2. alle "imprese di distribuzione" «un credito d'imposta pari al 10 per cento delle spese complessivamente sostenute per la distribuzione nazionale di opere realizzate nel territorio italiano ed espresse in lingua originale italiana quale prima lingua, con un limite massimo annuo di 1.500.000 euro per ciascun periodo d'imposta» (comma 2);
3. ai titolari di reddito d'impresa, non appartenenti al settore, ma associati in partecipazione alla produzione di software videoludico «un credito d'imposta nella misura del 40 per cento, fino all'importo massimo di 500.000 euro per ciascun periodo d'imposta, dell'apporto in

[621] Illud [nickname], *Xydonia: intervista agli sviluppatori*, Pixelflood, 28 maggio 2015. (http://www.pixelflood.it/xydonia-intervista-agli-sviluppatori/)
[622] Per *start-up* si intende un' "impresa ad alto potenziale di crescita, con meno di cinque anni di vita, caratterizzata da una forte propensione alla ricerca, allo sviluppo e alla disintermediazione di settori economici tradizionali, all'introduzione di nuovi modelli industriali, di *business* e commerciali o i cui piani di sviluppo vertano sull'introduzione di innovazioni di processo, di prodotto o di servizio, operanti in settori ad alti tassi di crescita, spesso caratterizzati nella fase iniziale da investimenti in conto capitale, come la tecnologia, i servizi digitali, le telecomunicazioni, le apparecchiature sanitarie, i nuovi materiali, l'automazione, l'energia e le fonti rinnovabili, la logistica avanzata e i servizi finanziari (Camera dei Deputati, *Disposizioni per lo sviluppo dei servizi elettronici e digitali (C. 4891 Gentiloni Silveri e C. 5093 Palmieri),* 10 luglio 2012, p.43.
[623] Camera dei Deputati, *Disposizioni per lo sviluppo dei servizi elettronici e digitali (C. 4891 Gentiloni Silveri e C. 5093 Palmieri),* 10 luglio 2012.

denaro effettuato per la produzione di opere videoludiche realizzate nel territorio italiano» (comma 3);

4. gli utili accantonati dalle imprese di sviluppo di software videoludico e reinvestiti in nuove produzioni «non concorrono a formare il reddito imponibile» (comma 5);
5. ugualmente, non concorrono a formare il reddito imponibile anche «le somme investite da persone fisiche o giuridiche in quote di fondi mobiliari chiusi o in società di investimento di *venture capital* e dedicati alle imprese del settore videoludico ad alto contenuto tecnologico, per una somma pari al 30 per cento del reddito medesimo e fino a un importo massimo pari a 500.000 euro» (comma 6);
6. infine, «un credito d'imposta in favore delle imprese che finanziano progetti di ricerca dedicati al settore del software videoludico delle università o degli enti pubblici di ricerca» (comma 7).

La proposta viene approvata con il decreto legge n.179 del 18 ottobre 2012[624] e convertita nella legge n.221 il 18 dicembre 2012, ma è bene sottolineare come le specificità riguardanti il videogioco sopra elencate non siano più presenti, ma inserite all'interno delle più generali agevolazioni descritte nella *Sezione IX – Misure per la nascita e lo sviluppo di imprese start-up innovative*, dove queste ultime sono definite come «società di capitali, costituit[e] anche in forma cooperativa, [...] le cui azioni o quote rappresentative del capitale sociale non sono quotate su un mercato regolamentato o su un sistema multilaterale di negoziazione» e dove l'unico accenno che può ricondurre alla produzione videoludica è nel requisito descritto nell'art.25, comma 2, lettera f, ovvero «che abbiano quale oggetto sociale esclusivo, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico[625]».

Tali misure hanno portato a discreti risultati iniziali, quantomeno a livello statistico: nel censimento AESVI 2016, le start-up sono il 40% delle software censite[626]. Ciononostante, le misure per le start-up riguardano il più ampio settore della tecnologia e dell'innovazione, di cui il videogioco è solo una piccola parte, e iscriversi nel registro delle start-up innovative non è necessariamente garanzia di finanziamento, anzi spesso si rivela un labirinto burocratico che comporta l'impiego di tempo ed energie senza effettivi risultati. É raro che *venture capitalist* e *business angel* finanzino esclusivamente la produzione di un videogioco, il più delle volte questo è solo parte di un progetto più ampio in cui la produzione videoludica è secondaria. A beneficiarne sono soprattutto gli studi dedicati alla sperimentazione nei campi della realtà virtuale e aumentata, le cui attività non sono

---

[624] Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, *DECRETO-LEGGE 18 ottobre 2012, n. 179. Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese*, 18 ottobre 2012.
[625] Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, *op.cit.*, 18 ottobre 2012, p.36.
[626] AESVI, *op.cit.*, 22 novembre 2016, p.10.

prettamente videoludiche ma rivolte spesso al settore b2b, spaziando dall'architettura all'animazione, e non è detto che i fondi stanziati siano sufficienti a completare i propri progetti. Lo studio torinese Dead Pixels, ad esempio, è stato fondato nel 2015 in seguito all'assegnazione di uno dei grant del concorso *Call for Startup* indetto da TIM #WCAP[627], al fine di sviluppare il videogioco in realtà virtuale *Singularis*. Nelle parole dei fondatori, ai tempi studenti di ingegneria al Politecnico di Torino, «prepararci e consegnare la documentazione necessaria al concorso non è stato facile, scrivere un business plan allettante e fare previsioni a livello economico per chi non ha mai masticato determinati argomenti sembrava una cosa spaventosa[628]», e nonostante l'accettazione del progetto, il finanziamento si è comunque rivelato insufficiente, costringendo gli sviluppatori a dedicarsi ad altri lavori per il mercato b2b, e a cercare, attualmente invano[629], altri investitori.

La scelta di aprire società di capitali o iscriversi al registro delle start-up innovative, al di là di eventuali benefici fiscali o altri vantaggi economici, risulta comunque una strada obbligata per le software house, ma non per questo proficua o funzionale. Saul Clemente, tra i soci fondatori dello studio Virtew, specializzato in realtà virtuale e alle prese dal 2016 con lo sviluppo di *Run of Mydan*, commenta come essere «una S.r.l.s., startup innovativa, semplificata, tutte cose che in Italia servono per potersi tutelare», nasconde in realtà una situazione dove «non c'è un finanziatore, vero, fisico, del tipo che ha messo lui i soldi. I finanziatori siamo noi tre soci, che non percepiscono stipendio. Io ad esempio ho la mia attività che è quella di modellatore 3D e rendering, a parte, proprio come impresa artigiana, lavoro per grosse aziende del mobile e dell'architettura, e di conseguenza parte dei guadagni vengono subito reinvestiti all'interno dello sviluppo del gioco[630]». Videogioco i cui costi sono stimati intorno ai 150.000 euro, raccolti nel tempo in un «continuo investire soldino su soldino», tratti dai propri stipendi. «Io faccio tre, quattro turni, lavoro di notte, lavoro di mattina, lavoro il pomeriggio, lavoro di sera», continua Clemente, «il programmatore stesso deve ancora essere saldato per il primo anno di lavoro. É una condizione dove stiamo producendo un qualcosa senza aver niente in mano, le spalle coperte. È una scommessa che ci sta portando via parecchio, perché comunque insomma, decidere di fare un videogioco in Italia, senza un finanziatore, un gioco per la realtà virtuale… hai già visto quanti e quali sono i preamboli[631]».

---

[627] Programma annuale di Open Innovation industriale di TIM, dedicato al finanziamento di start-up innovative nel settore del digitale. (http://www.wcap.tim.it/it).

[628] Tesio, Francesco, *DeadPixels: intervista ai vincitori della TIM#WCAP 2016*, GameSource.it, 6 marzo 2016. (https://www.gamesource.it/project_singularity/).

[629] Ferrari, Kevin, *Campus Party – Quello che abbiamo visto*, 17K Group.it, 24 luglio 2018. (https://17kgroup.it/tech/70233-campus-party-2018-la-nostra-esperienza/).

[630] Clemente, Saul, Comunicazione privata, gennaio 2018.

[631] Clemente, Saul, Comunicazione privata, gennaio 2018.

3.2.3.2. Games in Italy

Oltre alla legge 221/2012, nel 2013 AESVI crea il marchio Games in Italy[632] con il supporto economico di ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane[633]), al fine di agevolare la presenza delle software house italiane presso i più importanti convegni di settore internazionale, momenti fondamentali per l'incontro con publisher e investitori in un'ottica di distribuzione globale. Ad ora, sono state organizzate due missioni alla Game Connection Europe (Parigi) e altrettante alla Game Connection America (San Francisco), quattro alla Game Developers Conference (San Francisco) e tre alla Gamescom (Colonia), con la partecipazione in media di dodici software house per ciascuna spedizione[634].

Presenziare a queste fiere risulta piuttosto costoso: oltre alle ovvie spese di viaggio, per ottenere gli spazi dimostrativi ogni convention richiede il pagamento di fee pari a migliaia di euro, che se sommate raggiungono cifre annuali non indifferenti per le software house. «Come minimo, ogni anno bisognerebbe presenziare alla GDC in America, alla Gamescom in Germania, al Tokio Game Show in Giappone: si tratta di condizioni necessarie per la sopravvivenza in un mercato globale come quello del videogioco, ma sostenerne i costi complessivi non è alla portata di tutti, anzi. Il programma promosso dall'AESVI è un buon inizio, ma al momento insufficiente, perché limitato a poche software house», commenta Ivan Venturi[635].

3.2.3.3. Legge cinema (2017)

I benefici fiscali dedicati alle start-up, relativi agli anni fiscali 2013–2015, sono stati poi introdotti nella più ampia riforma del settore cinematografico e audiovisivo attuata con la Legge 220\2016[636], la cosiddetta "Legge Cinema", al cui interno sono comprese esplicite norme per il supporto alle attività di produzione e promozione videoludica. Attiva solo dopo l'approvazione nell'estate 2018 da parte della Commissione Europea, è al momento l'azione più significativa attuata dal governo italiano nei confronti dell'industria del videogioco, che per la prima volta viene riconosciuto istituzionalmente come prodotto culturale al pari delle altre arti audiovisive, e come tale degno di essere oggetto di benefici fiscali per la produzione e distribuzione nazionale e internazionale. La

---

632 Games In Italy, *Sito ufficiale*, 2018. (https://www.gamesinitaly.com/).
633 L'organismo governativo atto a favorire il consolidamento e lo sviluppo economico-commerciale delle piccole e medie imprese italiane sui mercati esteri.
634 AESVI, *op.cit.*, 19 aprile 2018, p.54.
635 Venturi, Ivan, Comunicazione privata, aprile 2018.
636 Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, *Legge n.220 - Disciplina del cinema e dell'audiovisivo*, 14 novembre 2016.

riforma prevede la creazione di un fondo con importo di finanziamento non inferiore a 400 milioni di euro, da spartire tra tutti gli ambiti riconosciuti dalla legge, in analogia con legislazioni promosse in Francia (nel 2008) e Gran Bretagna (nel 2014). Nello specifico, per il settore videoludico sono inoltre previsti:

1. la creazione di un fondo dedicato di 5 milioni di euro (compreso nei 400 milioni complessivi), consistente in un credito di imposta del 25% sui costi eleggibili di produzione con un limite annuo di un milione per impresa. Per l'accesso al fondo è richiesta la residenza in Italia a fini fiscali e tassativi dei soggetti lavoranti all'opera, e l'"eleggibilità culturale" dell'opera prodotta, che implica fattori come la sua originalità[637], la sua potenziale innovazione tecnologica o il suo ispirarsi a un film, a un libro o a un testo teatrale italiani o europei. Facilita l'accesso al fondo anche il fatto che il videogioco riguardi tematiche storiche, religiose, artistiche, sociali o scientifiche, e che fra le sue lingue figurino l'italiano o un dialetto;
2. la creazione di un fondo complessivo di 12 milioni di euro da ripartire fra tutti i settori disciplinati dalla Legge e dedicato alla distribuzione internazionale di opere cinematografiche e audiovisive italiane, con un credito di imposta compreso fra il 15 e il 30% delle spese di distribuzione;
3. l'erogazione di contributi automatici allo sviluppo, con un fondo pari a 50 milioni di euro complessivi per tutti i settori della legge, calcolati in base, fra l'altro, al numero di paesi stranieri in cui un'opera è distribuita, alla predominanza femminile fra i suoi autori e all'eventuale ottenimento di riconoscimenti internazionali;
4. l'erogazione di contributi selettivi, attinti da una riserva dedicata al gaming di 2 milioni di euro (interni ai 50 da spartire fra tutti i settori disciplinati), riconosciuti per la fase di pre-produzione dell'opera, che rappresenta fra il 15 e il 30% dei costi complessivi di produzione. Tali contributi vengono assegnati sulla base di bandi emessi dal Ministero dei Beni Culturali, ed erogati considerando criteri qualitativi la cui soddisfazione è valutata da un gruppo di cinque esperti del settore nominati dal Ministero.

Si tratta di un decisivo passo in avanti, ma la legge comporta una serie di perplessità. Innanzitutto, si tratta principalmente di misure di tax credit, quindi di rimborsi e non finanziamenti, alla stregua della legge n.221/2012 per le start-up innovative di cui si è discussa la relativa efficacia: senza una positiva considerazione culturale riguardo al medium videogioco, anche con simili benefici fiscali è

[637] Aspetto questo discutibile, poiché i parametri per determinare l'"originalità" dell'opera non vengono specificati nel testo della legge.

difficile convincere eventuali finanziatori della bontà dei progetti videoludici. Inoltre, è bene sottolineare come tali benefici siano previsti per i produttori di videogiochi «che abbiano capitale sociale minimo interamente versato ed un patrimonio netto non inferiori a diecimila euro, sia nel casi di imprese costituite sotto forma di società di capitale sia nel caso di imprese individuali di produzione ovvero costituite sotto forma di società di persone[638]», escludendo di conseguenza l'accesso a circa il 44% delle software house che secondo le stime del censimento degli sviluppatori AESVI 2016 dichiarano guadagni inferiori ai 10.000 euro annui, e di cui il 35% non arriva ai 1000 euro[639]. Si può obiettare che con simili requisiti si vada ad aiutare gli studi già strutturati e avviati a discapito delle molte piccole realtà che faticano a completare i propri progetti e a trovare un posto sul mercato, ovvero quelle software house che realmente necessiterebbero di supporto economico. La preoccupazione è che a usufruire dei benefici della legge sia soprattutto il 5% degli studi che dichiara incassi per più di un milione annuo, che quindi già dispone dei fondi iniziali per finanziare i propri progetti. D'altro canto, si tratta di misure simili a quelle intraprese in altri stati, e che hanno effettivamente agevolato la crescita del settore. Sempre secondo AESVI, il 45% degli studi dichiara incassi compresi tra i 10.000 e i 250.000 euro (di cui il 30% dai 10.000 ai 100.000 euro)[640], ed è probabilmente a questi che la legge si rivolge, al fine di consolidarne le posizioni, permettersi l'assunzione di nuovo personale e produrre giochi di alta qualità riconosciuti anche sul mercato internazionale. Anche i contributi selettivi allo sviluppo e alla pre-produzione erogati tramite bando, quindi in teoria finanziamenti e non sconti fiscali, destano perplessità: nel primo bando rilasciato dall'effettiva attivazione della legge, *Bando per la concessione di contributi selettivi per la scrittura, lo sviluppo e la pre-produzione, la produzione, la distribuzione nazionale di opere cinematografiche e audiovisive – articolo 26 della legge n. 220 del 2016 – Anno 2018*[641], ad esempio, per quanto sia piuttosto chiaro che il videogioco venga inteso interno alla macrocategoria degli audiovisivi, non compaiono riferimenti specifici né tanto meno la stessa parola "videogioco".

Al momento in cui scriviamo, queste restano speculazioni, la legge è ufficialmente attiva da pochi mesi, non sono ancora stati rilasciati dati e l'analisi delle candidature per i bandi sono ancora in corso. Unica certezza, è la soddisfazione degli appassionati nel veder finalmente riconosciuto il videogioco come medium artistico anche dagli apparati governativi.

---

[638] MIBACT, *Disposizioni applicative in materia di credito di imposta per le imprese di produzione di videogiochi*, Decreto attuativo n.360, Capo 2, art.6, comma 3, lettera c, 8 luglio 2017 (http://www.anica.it/allegati/DECRETI_ATTUATIVI_Legge_n220_2016/D.I.%20MIBACT%20MEF%204%20AGOSTO%202017%20REP.%20360-videogiochi.pdf)

[639] AESVI, *Terzo censimento dei game developer italiani*, 22 novembre 2016. (http://www.aesvi.it/cms/view.php?dir_pk=902&cms_pk=2711)

[640] AESVI, *Terzo censimento dei game developer italiani*, 22 novembre 2016. (http://www.aesvi.it/cms/view.php?dir_pk=902&cms_pk=2711)

[641] Ministero per i Beni e le Attività Culturali, *Bandi nuova Legge Cinema*, 2018. (http://www.cinema.beniculturali.it/direzionegenerale/132/bandi-nuova-legge-cinema-e-audiovisivo/).

3.2.3.4. Europa Creativa

Un'ulteriore forma di finanziamento è possibile anche da parte dell'Unione Europea che, a partire dal 2014 e fino al 2020, ha istituito un fondo dedicato allo sviluppo di videogiochi narrativi pari a 3.78 milioni di euro[642] interno al sottoprogramma MEDIA del progetto quadro "Europa Creativa (2014–2020)"[643], dimostrando come il valore culturale ed economico del videogioco sia ormai largamente accettato a livello europeo, classificandolo come industria culturale e creativa per scopi politici[644].

Le call sono annuali. I soggetti che desiderano inviare la domanda di finanziamento devono soddisfare generalmente tre requisiti[645]:

1. essere in grado di dimostrare di aver prodotto e distribuito a fini commerciali un videogioco negli ultimi due anni;
2. essere in grado di presentare il relativo rapporto di vendite;
3. essere proprietari della maggior parte dei diritti sul progetto presentato.

Nel particolare, sono ammessi unicamente progetti riguardanti «videogiochi narrativi, indipendentemente dalla piattaforma o dal metodo di distribuzione previsto» e «in tutti i casi, il videogioco deve essere destinato all'uso commerciale[646]». L'accettazione della domanda viene definita da un sistema a punti assegnati a seconda di «qualità e contenuti delle attività, carattere innovativo, pertinenza e valore aggiunto europeo, divulgazione dei risultati del progetto, organizzazione del gruppo di progetto, impatto e sostenibilità[647]». Punti aggiuntivi vengono assegnati nel caso di progetti dedicati a un pubblico di età inferiore ai 12 anni. I contributi, assegnati sotto forma di sovvenzione, sono compresi «tra 10.000 euro e 150.000 euro per il concetto e lo sviluppo progettuale di un videogioco europeo (attività fino al punto in cui il concetto sfocia in un

---

[642] Commissione Europea, *Creative Europe-MEDIA-Development of European Video Games*, 2018. (https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/development-video-games_en).

[643] Commissione Europea, *Creative Europe*, 2018. (https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/).

[644] Kerr, Aphra, *Global Games: Production, Circulation and Policy in the Networked Era*, Taylor and Francis, 2017. [Edizione Kindle].

[645] Commissione Europea, *Creative Europe - Videogame Development*. (https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/video-game-development_en).

[646] Commissione Europea, *EACEA 242/2017: Sostegno allo sviluppo di videogiochi europei*, 20 dicembre 2013 (GU L 347, pag. 221), rettifica del 27 giugno 2014 (GU L 189, pag. 260), p.2. (https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/call_notice_dev_vg_2018_it.pdf)

[647] *Ivi,* pp.2-3.

prototipo o in una versione di prova utilizzabile)[648]», e non possono essere superiori al «50% al totale dei costi ammissibili presentati dal proponente[649]».

Paragonando le norme della Legge Cinema all'iniziativa europea, si nota quest'ultima imponga prerequisiti molto meno limitanti, e di come soprattutto conceda fondi per lo sviluppo e non rimborsi. Il rovescio della medaglia è, ovviamente, la concorrenza degli stati dell'Unione, che possono contare su una cultura videoludica di gran lunga più radicata rispetto a quella italiana. A testimonianza di ciò, il fatto che finora siano stati solo cinque i progetti italiani finanziati dal programma europeo, due relativi alla call del 2014, e tre a quella del 2017[650]. I primi sono stati assegnati alle software house SpinVector e Digital Tales, rispettivamente 120.000 euro per la realizzazione di *Party Tennis: Euro Tour*, un *party game* basato sull'interazione tra «Smartphones and Wearable Devices wirelessly connected to a TV[651]», di cui si sono perse le tracce, e 150.000 euro per lo sviluppo di *Super Awesome Brigade* (rinominato *Bookbound Brigade*), platform dalle grafiche *hand-drawn* presentato per la prima volta al pubblico in versione demo alla Milano Games Week 2016[652] e ancora in fase di produzione. I secondi sono stati assegnati alle software house Santa Ragione (60.000 euro per l'avventura esplorativa *Matchbox*, ambientata in un villaggio italiano durante gli anni Ottanta[653], di cui non vi sono aggiornamenti recenti), Mixed Bag (150.000 euro per *All the Good Children*, «a narrative mobile game set within a series of European family trees, where the story unfolds by navigating a genealogical maze of diverse, interconnected characters[654]», anche in questo caso non vi sono aggiornamenti recenti) e LKA (150.000 € per l'avventura psicologica/walking sim *Matha is Dead*[655], ambientato nelle campagne toscane durante la Seconda Guerra Mondiale, e di cui sono state mostrate in anteprima alcune immagini durante lo Svilupparty 2018[656]).

---

[648] *Ivi,* p.3.
[649] *Ibid.*
[650] Commissione Europea, *EACEA/22/2016. Creative Europe - Media - Development - European Video Games. List of selected projects*. (https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/list_of_selected_projects_vg2017.pdf)
[651] Commissione Europea, *Creative Europe Projects Overview*, documento Excel, riga 776, colonna J, 10 settembre 2018. (http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/projects/ce-projects-compendium/)
[652] AESVI, *Oltre 30 i videogiochi italiani presenti in Milan Games Week Indie*, 19 settembre 2016. (http://www.aesvi.it/cms/print.php?dir_pk=902&cms_pk=2681)
[653] Commissione Europea, *op.cit.,* riga 867, colonna J, 10 settembre 2018.
[654] *Ivi*, riga 854, colonna J.
[655] *Ivi*, riga 863, colonna J.
[656] Associazione IPID, *Luca Dalcò, LKA*, Svilupparty Beta, talk, 18 maggio 2018, dal minuto 30'. (https://www.youtube.com/watch?v=OnVyx1aXTSo).

3.2.3.5. Istituzioni non governative

Infine, per gli sviluppatori è possibile ottenere finanziamenti da sovvenzioni pubbliche, progetti cooperativi e interessi di fondazioni culturali, a cui per l'AESVI hanno fatto ricorso il 3% delle software house nazionali. La bassa percentuale è dovuta alla rarità di bandi e concorsi dedicati emanati dalle varie associazioni e cooperative operanti in Italia, più che da un rifiuto degli sviluppatori, per quanto sia piuttosto diffuso il pensiero che tali iniziative ne ledano la libertà creativa poiché impostate su specifici temi, con tempi stretti di realizzazione e, soprattutto, emanate da organizzazioni spesso all'oscuro di ogni pratica della produzione videoludica. Simili ragionamenti possono essere mossi anche nei confronti dei requisiti di eleggibilità culturale necessari per accedere ai bonus concessi dalla Legge Cinema o dal programma Europa Creativa, permettendo di paragonare enti ed istituzionial pari dei publisher. A risultare problematiche sono invece le condizioni economiche imposte, come capitale sociale non inferiori a diecimila euro richiesto per la Legge Cinema, o l'obbligo di aver prodotto e distribuito a fini commerciali un videogioco per Europa Creativa. Queste imposizioni, relazionate ai finanziamenti di enti non governativi, creano un bizzarro corto circuito, che porta a una seconda motivazione della scarsa adesione delle software house a queste iniziative: il fatto che i giochi così prodotti non possano essere commercializzati, perché basati su progetti no profit.

Il caso di We are Muesli è paradigmatico. Lo studio di Matteo Pozzi e Claudia Molinari più di altri in Italia ha fatto ricorso per lo sviluppo delle loro opere a fondi e premi derivanti da concorsi e bandi di enti non governativi: il loro primo gioco, *Cave! Cave! Deus Videt* viene realizzato nell'ambito del concorso internazionale "Bosch Art Game", organizzato nel 2012 dalla Jheronimus Bosch 500 Foundation al fine di promuovere l'opera del celebre pittore olandese «to a wide audience, in a contemporary and lasting fashion[657]», vincendo la competizione. *Once Upon a Tile*, sviluppato nel 2015 in collaborazione con Pietro Polsinelli e Daniele Giardini per il concorso UNESCO MGIEP Gaming Challenge[658] arriva tra i finalisti. *The Great Palermo* (2016) viene commissionato dalla Fondazione Telecom Italia attraverso il progetto Crezi Food Kit[659], iniziativa senza scopo di lucro per la valorizzazione del patrimonio storico–artistico della città di Palermo. *Venti mesi* (2016), raccolta di 20 testimonianze di altrettanti antifascisti dei fatti avvenuti nella zona di Milano tra il settembre 1943 e l'aprile 1945 rese nella forma dell'interactive fiction, viene realizzato con il supporto di Coop Lombardia all'interno del progetto della Città di Sesto San

[657] Bittanti, Matteo, *Art Game: The Bosch Art Game*, Gamescenes, 19 settembre 2012. (https://www.gamescenes.org/2012/09/art-game-the-bosch-art-game.html).
[658] UNESCO, *Video Games for Peace and Sustainability*, 2018. (http://mgiep.unesco.org/article/video-games-for-peace-and-sustainability).
[659] Crezikit, *Sito ufficiale*, 2018. (http://www.crezikit.com/).

Giovanni "Oggi, 25 aprile 1945"[660] e ottiene, fra gli altri, le nomination come Best Italian Game e Best Art al Drago d'Oro 2016. Tutti questi videogiochi, acclamati dalla critica internazionale e vincitori di numerosi premi, sono disponibili gratuitamente sul sito ufficiale della software house[661], non solo per scelta dei propri autori, ma anche per motivi legali, essendo finanziati da progetti no profit o per regole interne ai concorsi per i quali sono stati creati: il risultato è che, nonostante tutto, Pozzi e Molinari non hanno mai prodotto un videogioco a scopo commerciale, escludendoli di conseguenza dalla possibilità di accedere alle sovvenzioni di Legge Cinema ed Europa Creativa.

Si tratta certo di un caso estremo, "basterebbe" realizzare un solo videogioco e distribuirlo a pagamento per risolvere la situazione, ma è indicativo di come le software house prestino poca attenzione a questo tipo di iniziative se non per motivi ideologici: d'altro canto, se l'unico ritorno è il "fare curriculum", tanto vale realizzare un piccolo gioco senza pretese e distribuirlo sulle piattaforme mobile, liberi da condizioni limitanti. Ovviamente, non sono tutti così cinici. Studio Evil realizza nel 2014 *Relive*, serious game realizzato allo scopo di sensibilizzare e informare sulle pratiche della rianimazione cardiopolmonare, simulando una situazione di emergenza dove il giocatore deve correttamente replicare queste pratiche su un fittizio compagno ferito e incosciente dopo un'esplosione. Il gioco, che immerge il tutto in un contesto fantascientifico, è stato realizzato con il supporto di Games for Health Europe ed alla collaborazione con Italian Resuscitation Council e la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, ed è disponibile gratuitamente su Steam. Melazeta sviluppa nel 2014 *L'isola dei fumosi*, gioco per mobile commissionato da AIRC – Associazione Italiana Ricerca sul Cancro e dedicato alla sensibilizzazione nei confronti dei danni provocati dal fumo e sull'importanza degli investimenti nella ricerca. GhostShark Games produce nel 2016 il browser game *The Climate Memory* per l'associazione finanziata dall'Unione Europea Global Climate Change Alliance[662], nel quale al giocatore viene dato il compito di migliorare le condizioni di vita e sostenibilità ambientale di un fittizio villaggio africano.

3.2.4. Piattaforme di riferimento

In questa sezione ci soffermeremo sulle principali piattaforme di mercato (PC, mobile, console), sulle loro caratteristiche e sul loro impatto sulla scena videoludica italiana contemporanea, parlando

---

[660] Comune di Sesto S. Giovanni, *"Oggi, 25 aprile 1945": storie, incontri e spettacoli per ricordare la Resistenza*, *Il portale del cittadino*, 12 aprile 2016. (http://www.sestosg.net/pls/portal30/COMUNICATI.DYN_VISUALIZZA_COMUNICATI_CMS.show?p_arg_names=id&p_arg_values=3028).
[661] We Are Muesli, *Sito ufficiale*, 2018. (http://www.wearemuesli.it/).
[662] Global Climate Change Alliance+, *Sito ufficiale*, 2018. (http://www.gcca.eu/).

brevemente anche del settore della realtà virtuale, introdotta nel 2016 e ancora ridotta come portata, ma dalle potenzialità future ben visibili sia in ambito economico che creativo.

3.2.4.1. PC

Tradizionalmente, il settore del PC gaming, da un punto di vista di mercato, è sempre stato di minor entità rispetto a quello console, storicamente svantaggiato inoltre da una forte pirateria, come visto nel capitolo 2. La situazione, sotto questo punto di vista, è però cambiata: se fino al 2013 l'Italia era una delle nazioni elencate nella "watch list" del governo statunitense con uno degli «highest rates of online piracy in the world[663]», in cui presenziava ininterrotamente dal 1989, dal 2014 viene rimossa «in recognition of its latest effort, addressing copyright piracy over the Internet[664]». Nel settore videoludico, tale risultato è per lo più ottenuto grazie all'affermazione della distribuzione digitale tramite store online e alle loro politiche di bassi prezzi e aggiornamenti costanti dei giochi, che hanno reso sostanzialmente infruttuosa la pirateria. Questo ha portato il PC gaming a vivere un momento di rinascita, avvantaggiato (e avvantaggiando) la produzione di videogiochi indipendenti, in grado di coprire una grande varietà di gusti e interessi nei giocatori, e dati i loro solitamente bassi requisiti di sistema, di essere fruibili su una vastissima tipologia di dispositivi, siano essi *home computer*, più performanti e costosi, che *laptop*. Tali caratteristiche vengono poi favoriti dal recente aumento della diffusione dei computer e della connessione alla rete internet nelle famiglie italiane. I dati raccolti da Audiweb Trends indicano che al 2017 «oltre due terzi delle famiglie possiedono un computer di proprietà, il 68.5% delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (14.915 milioni)[665]»; nello stesso anno, secondo il report *Global Digital 2018* condotto da We Are Social in collaborazione con Hootsuite, sono 43.31 milioni gli italiani connessi alla rete, il 73% della popolazione[666]. Il rapporto dell'AESVI sull'industria videoludica indica che nel 2017 il 46% dei videogiocatori italiani gioca su PC[667], riducendo sostanzialmente le distanze con le console, utilizzate dal 48% degli utenti.

Per gli sviluppatori indipendenti, la piattaforma PC si conferma come spazio privilegiato per la produzione e distribuzione dei propri giochi, non solo per la diffusione dei devices e l'accesso agli store digitali, ma anche come luogo di sperimentazione e primo approccio al mercato, portando

---

[663] US Government, *United States Trade Representatives Special Report 2013*, 2013, p.50.
[664] US Government, *United States Trade Representatives Special Report 2014*, 2014, Foreword.
[665] Audiweb Trends, *op.cit.*, giugno 2017.
[666] We Are Social, Hootsuite, *op.cit.*, 29 gennaio 2018, slide 8.
[667] AESVI, *op.cit.*, 19 aprile 2018, p.24.

sempre più spesso a conversioni di opere di successo su console e sistemi mobile[668]. Il censimento dei game developer italiani condotto da AESVI nel 2016, certifica l'interesse degli sviluppatori per questa piattaforma, registrando una crescita dello sviluppo per PC, praticato dal 37% delle software house contro il 27% della rilevazione precedente (2014), a discapito del settore mobile (sceso dal 47 al 35%[669]).

3.2.4.2. Mobile

Secondo il report *Global Digital 2018*, al 2017 sono 49.19 milioni gli italiani possessori di un mobile device, l'83% della popolazione[670], di cui il 37%[671] li utilizza anche per il gioco. I dati AESVI, diversamente, indicano che nel 2017 i videogiocatori mobile italiani sono il 52%[672], per quanto nella percentuale siano compresi (ma non specificati nel dettaglio) anche i giocatori multipiattaforma, rendendo più credibile il dato del *Global Report*. Anche gli incassi registrati in Italia nel 2017 confermano il forte interesse verso il mobile gaming, con 385 milioni di euro di fatturato pari al 37%[673] degli incassi totali derivati dalle vendite del software: si tratta, al momento e in linea con i trend mondiali, del maggior mercato videoludico in Italia. Ciononostante, come visto nel capitolo 1, il settore si è velocemente saturato, dominato da poche app estremamente simili tra loro e basate su ingenti spese nella *user acquisition*. Chiunque si approcci al settore è implicitamente costretto nel concepimento di un videogioco a tralasciare ogni aspetto potenzialmente originale e basarsi sulle statistiche di mercato, qualora l'obiettivo sia una minima possibilità di ritorno economico.

Le software house più attive ed economicamente solide come Spin Vector, redBit Games, Digital Tales, hanno beneficiato dell'entrata nel settore in un momento in cui era ancora possibile non solo sperare in un effettivo guadagno, ma anche permettersi di sperimentare con generi e meccaniche: quello che per i piccoli studi e sviluppatori indipendenti sembrava rappresentare un potenziale luogo dove esprimersi al meglio, è in breve diventato un territorio impraticabile se non sacrificando ogni aspetto di originalità e investendo ingenti somme nella *user acquisition*. Un'avventura horror come *Hunted Manor*, il cui successo nel 2012 ha permesso la fondazione della redBit Games, sulla scena attuale non avrebbe ragion d'essere, dominata da colorati, rassicuranti e veloci casual game.

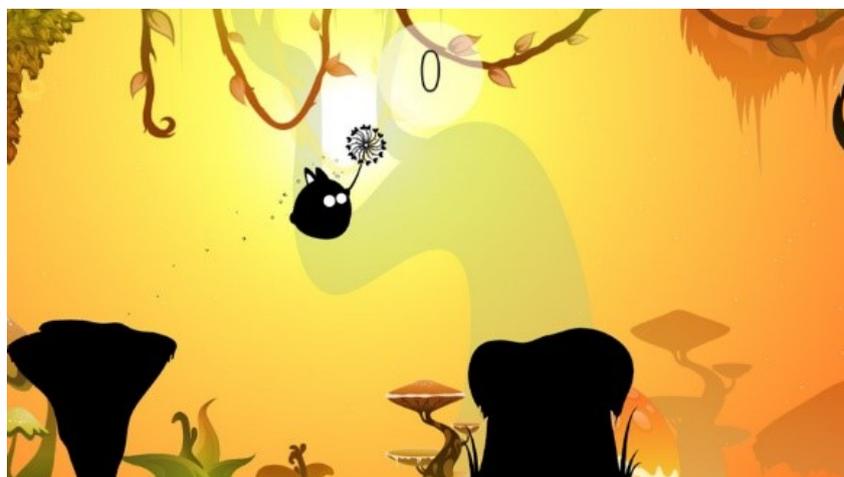
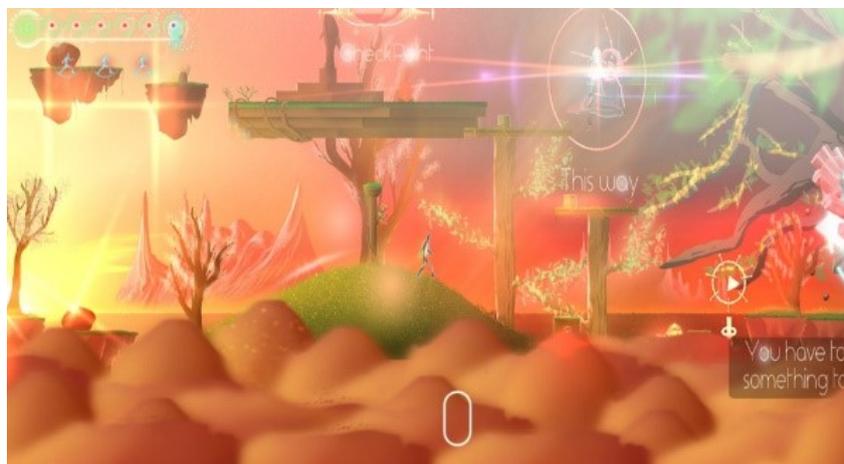
[668] Pwc, *Entertainment & Media Outlook in Italy 2018-2022*, settembre 2018, p.192.
[669] AESVI, *op.cit.*, 22 novembre 2016, p.13.
[670] We Are Social, Hootsuite, *op.cit.* 2018, slide 8.
[671] *Ivi,* slide 35.
[672] AESVI, *op.cit.*, 19 aprile 2018, p.24.
[673] *Ivi*, pp.15-16.

La stessa redBit ha subito basato il suo successo[674] sulle ricerche di mercato, specializzandosi in cloni di giochi celebri, come *Jelly Juice* (2017), fotocopia di *Candy Crush* (King, 2012), o *Splashy Fish* (2014), "ispirato" a *Flappy Bird* (Dong Nguyen, 2013).

Sopra, Jelly Juice (redBit Games, 2017); *sotto*, Candy Crush (King, 2012).

La maggior parte delle software house italiane che operano nel mobile, come WhatWapp Entertainment e Epocal Storm, si dedicano a basilari riproposizioni di giochi di carte classici (*Briscola, Scala Quaranta, Poker, Scopa, Rubamazzo, Solitario*...) e da tavolo (*Scarabeo, Il Paroliere, Forza4*...); altri puntano con successo agli educational games, ad esempio ByTwice, fondata nel 2012, che detiene il marchio *MagisterApp*, una serie di giochi dedicati ai bambini che al momento conta 26 app e più di 25 milioni di download a livello globale[675]. Sono rare le sperimentazioni grafiche e di gameplay, come nel caso di *Cosmogonia*, pubblicato da Filippo Chicchella su Google Play nel 2016, un platform che stilisticamente mescola con successo low–poly e *hand-drawn*, ma che al momento in cui scriviamo non è più disponibile, o dei titoli proposti da Pajamas Team, diversi tra loro per grafiche e generi, passando dal puzzle 3D *Luminous* (2014)

[674] Il sito ufficiale, al 2017, indica 25 titoli rilasciati sulle principali piattaforme mobile, per oltre 100 milioni di download in tutto il mondo (redBit Games, *About us*, 2018. (https://www.redbitgames.com/about-us/))
[675] ByTwice, *Home Page*, sito ufficiale. (https://www.bytwice.com/)

all’endless runner astratto *Super Space Swiper* (2015), dall’action *hand-drawn Spaghetti Guns* (2015), ispirato ai duelli dei western di Sergio Leone, alle cartoonesche silhouette del platform *Dandelion Puff* (2016).

Sopra, un frame da Cosmogonia (Filippo Chicchella, 2016); *sotto,* Dandelion Puff (Pajamas Team, 2016).

Al momento, il mobile è visto soprattutto come territorio di semplice esercizio in vista di progetti più complessi per altre piattaforme, o per “fare curriculum”, da esibire durante la ricerca di finanziamenti per progetti più sostanziosi: «quando ti presenti a potenziali investitori, banche, aziende eccetera, e dici che sviluppi videogiochi, subito prendono in mano il tablet[676]», commenta Saul Clemente di Virtew. Si nota anche un crescente interesse delle software house storicamente dedicate al mobile verso lo sviluppo per le altre piattaforme, in un’ottica sia di mercato che di scelta estetica. Studi di successo con produzioni sia su commissione che originali, come Bad Seed, Digital Tales, Bad Jokes, OutOfTheBit e Broken Arms Games, stanno progressivamente ampliando i loro interessi verso altre piattaforme, dapprima con porting per PC di alcuni loro giochi mobile più recenti, e in seguito con produzioni dedicate, spesso agli antipodi per generi e stili grafici per i quali sono riconosciuti. Broken Arms Games, specializzata in trading card games, come *MyRIDE*

[676] Clemente, Saul, Comunicazione privata, gennaio 2018.

Challenge (2015) realizzato per Milestone, e soprattutto l'*hand-drawn Kaboom Monsters* (2015), esordisce nel 2017 su XBox One e PC con un frenetico twin–stick shooter procedurale dalla grafica 3D minimal, *Atomine*. Bad Seed, dopo il successo del puzzle/platform *Sheep Up!* (2014) con oltre un milione di download[677], e il platform *The Beggar's Ride* (2016), portato in seguito anche su PC e console WiiU, ha recentemente rilasciato lo strategico multiplayer online *Insidia* (2018) su Steam, sperimentando, nelle parole del concept artist Marco Bielli, «una tipologia di gioco abbastanza innovativa: di "*tattici–competitivi a turni contemporanei*" non se ne vedono tanti[678]». É interessante notare poi che *Insidia* viene venduto come F2P, la principale modalità di vendita dei giochi mobile, in quello che può essere visto come un tentativo di nuova combinazione di pratiche tra diverse piattaforme.

In definitiva, per quanto il settore del gaming mobile sia in costante crescita a livello globale, non rappresenta più uno spazio di sperimentazione e di guadagno per le piccole software house e gli sviluppatori indipendenti come ai suoi inizi, ma è diventato territorio dove il marketing conta più del prodotto e gli utili sono polarizzati in poche produzioni di massa. Non pare esserci via di mezzo per gli sviluppatori, costretti a scegliere se sviluppare un prodotto da top ten nel tentativo di replicare il successo di *Candy Crush* e *Clash of Clans*, investendo cifre molto elevate nella *user acquisition*, o se produrre titoli di nicchia secondo il proprio estro creativo e a budget ridotto, con buona probabilità di scomparire in breve tempo e senza alcun ritorno.

Ciononostante, il mercato mobile presenta ancora condizioni allettanti per molti sviluppatori – su tutte la facilità di accesso agli store e la loro penetrazione globale – per quanto simili condizioni si trovino sempre più anche su altre piattaforme. Tant'è che, come si è visto, si registra un aumento degli studi che dalla produzione di giochi mobile si muove verso le piattaforme PC e console, in crescita sia come vendite hardware e software che come giochi rilasciati. Questo può essere spiegato con due motivazioni. La prima, le diverse e favorevoli condizioni permesse agli sviluppatori da store come Steam (ad esempio, l'Early Access); la seconda, gli utenti a cui si rivolge, giocatori per lo più esperienziati disposti a pagare e finanziare anticipatamente lo sviluppo di giochi di qualità, di cui sono in costante ricerca, a differenza del pubblico mobile, storicamente meno interessato a fattori qualitativi e più rivolto verso la gratuità del prodotto.

---

[677] Bad Seed, *Sheep Up! Presskit*, 2014. (https://www.badseed.it/press/kit/sheet.php?p=sheep_up).
[678] Arace, Giuseppe, *Insidia: eroi, design e supporto post lancio del nuovo gioco di Bad Seed*, Everyeye.it, 11 marzo 2018. (https://www.everyeye.it/articoli/intervista-insidia-eroi-design-supporto-post-lancio-del-nuovo-gioco-bad-seed-37761.html).

3.2.4.3. Console

Il settore console si è sempre dimostrato di difficile accesso per le software house italiane. Gli elevati costi di acquisto dei devkit e gli alti requisiti strutturali e qualitativi richiesti dalle grandi società manifatturiere sono sempre stati ostacoli insormontabili per le piccole realtà che, come si è visto, solo in tempi recenti sono diventati meno limitanti. L'apertura di Sony, Nintendo e soprattutto Microsoft, sta portando anche in Italia ad un aumento della produzione videoludica per questa piattaforma, che in un momento di saturazione sia del mercato PC che mobile, sempre più, nelle parole di Ivan Venturi, è «fondamentale per gli sviluppatori: [...] "approdare" su queste piattaforme è infatti indispensabile per fare "quadrare i conti"[679]».

Il censimento AESVI del 2016 testimonia un tiepido aumento della produzione videoludica per console (14% contro 11% della rilevazione precedente)[680], per quanto sia necessario sottolineare come questa produzione sia rappresentata per la quasi totalità da titoli multipiattaforma, concepiti inizialmente per PC o, più raramente, per mobile, e che in corso di sviluppo hanno trovato possibilità di distribuzione anche su console: si segnalano solo due studi fin dal principio dedicati allo sviluppo per console, RimLight Studios, che nel 2015 pubblica su XBox One lo shooter a scorrimento laterale *Zheros*, e Strange Beat Games con *Minigolf Adventure Island* (2016) per Nintendo WiiU.

Ciononostante, il numero di software house italiane che riescono a stringere accordi per la distribuzione su console continua ad aumentare, grazie anche al lavoro di publisher come MixedBag e IV Produzioni, nonché all'aumento delle fiere tenute in territorio nazionale, vetrine sempre più importanti per gli sviluppatori nostrani.

3.2.4.4. Realtà Virtuale (VR)

Nel censimento del 2016, AESVI segnala che il 42% degli studi è impegnata nello sviluppo di videogiochi per realtà virtuale[681], percentuali che ci sembrano esagerate: le nostre rilevazione indicano 27 studi, circa il 10%, alle prese con lo sviluppo di contenuti per la realtà virtuale o nella creazione di versioni VR per giochi già rilasciati, come il racing *Redout* di 34BigThings, uscito dapprima nel settembre 2016 e poi nel maggio 2017 in versione *Enhanced* con l'aggiunta del supporto per gli Head Mounted Display (HMD), i dispositivi necessari per la fruizione di contenuti

---

[679] Surano, Alberto, *op.cit.*, 20 ottobre 2016.
[680] AESVI, *op.cit.*, 22 novembre 2016, p.13.
[681] *Ibid.*

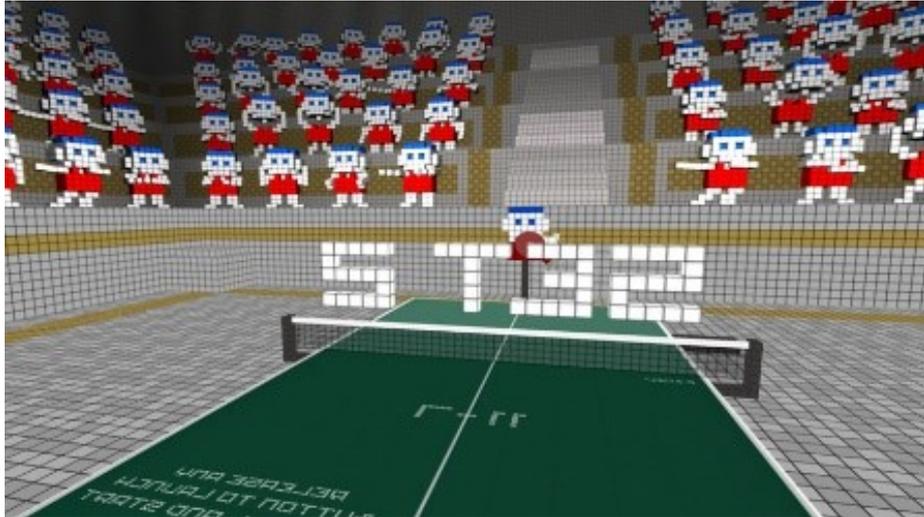
in realtà virtuale. Ciononostante, è indubbia la crescente attenzione verso questa nuova tecnologia entrata in commercio solo nel 2016, per quanto, a causa della sua giovane età, il mercato sia ancora limitato ma dalle rosee prospettive. Secondo il rapporto *Entertainment & Media Outlook in Italy 2018–2022* redatto da PwC, il numero di HMD presenti in Italia è passato dai 140.000 del 2016 ai 337.000 del 2017, di cui circa 210.000 portatili (es. Google Cardboard, Samsung VR) e 127.000 "fissi" (es. HTC Vive, Oculus Rift, PlayStation VR), per un valore di mercato stimato intorno ai 95 milioni di euro, un aumento del 452.9% rispetto all'anno precedente[682]. Numeri ancora non elevati, a causa principalmente degli alti costi di vendita dei dispositivi, soprattutto i secondi, che necessitano di PC dagli hardware performanti e dispendiosi, nonché di ampi spazi in casa per fruirne buona parte dei contenuti, anch'essi al momento limitati per quantità e varietà ma in forte aumento. La Valve, il maggior finanziatore dell'HTC Vive, agli esordi sul mercato permetteva agli sviluppatori in VR di superare automaticamente la fase di preselezione Greenlight per accedere alla distribuzione sulla sua piattaforma Steam. Saul Clemente ricorda come, per ottenere la distribuzione su Steam dello shooter VR *Run of Mydan*, con i suoi soci alla Virtview abbiano «passato il greenlight due volte, perché mentre eravamo in fase di greenlight, abbiamo scoperto che per i giochi VR non era necessario, perché Steam aveva talmente fame di contenuti che bastava mandargli una mail per passare subito il greenlight. Scoperta questa cosa, è successo che il giorno dopo aver mandato questa mail ci hanno fatto passare il greenlight e il giorno stesso, il giorno dopo ancora, adesso non ricordo, è arrivata la mail che il primo greenlight era stato passato di suo[683]». Al 2018, solo su Steam sono presenti oltre 2000 videogiochi per VR.

Per gli sviluppatori si tratta di un settore che comporta allo stesso tempo nuove sfide tecniche e ampie possibilità di sperimentazione, con costi di produzione necessariamente più elevati (sostanzialmente a causa delle strumentazioni) ma non insostenibili. I dev kit per i principali HMD sono rilasciati gratuitamente e permettono l'implementazione dei maggiori game engine disponibili, come Unreal e Unity, evitando il bisogno di imparare da zero eventuali nuovi software. Piuttosto, è l'attuale scarsa penetrazione sul mercato degli HMD a essere problematica, che costringe le software house a dedicarsi soprattutto al b2b con lo sviluppo di applicazioni di gamification per le aziende, per il supporto alla creazione di progetti negli studi di architettura, a scopi educazionali per enti scolastici e museali.

Quello VR è però uno dei settori che più può interessare la produzione indipendente in ambito creativo, dove l'assenza di forti brand e trend a trainare il mercato permette una certa libertà di sperimentazione sia dal punto di vista estetico che contenutistico. Al termine del 2017 si contano

[682] Pwc, *Entertainment & Media Outlook in Italy 2018-2022*, settembre 2018, p.204.
[683] Clemente, Saul, Comunicazione privata, gennaio 2018.

circa una trentina di progetti VR di produzione italiana, la maggior parte distribuiti completati, mentre alcuni ancora in fase di Early Access o beta testing (*Run of Mydan*, Virtew, 2017; *Progetto Ustica*, IV Produzioni, 2016) e altri in fase di sviluppo (*Singularis,* DeadPixels; *Phollia Dear Father,* Real Game; *Runes: The Forgotten Path,* Stormborn Studios), principalmente per HTC Vive e Oculus Rift, ma non mancano sperimentazioni per mobile (*SBK VR*, Digital Tales, 2017, per Samsung Gear) e console (*The Hidden Path*, Illusionetwork, in fase di sviluppo per PlayStation VR).

Si tratta di una produzione piuttosto varia per estetiche e tematiche, che spazia dagli ambienti esplorativi dalle meccaniche ridotte (*Heaven Forest VR* e *Paradise Island VR* di Chubby Pixel), ai survival horror (*Insane Decay of Mind*, GoManga Interactive, 2016; *Waking the Glares,* Wisefool Studios, 2017), dagli shooter con forti caratteristiche stealth (*Mind Unleashed*, Frost Earth Studio, 2016; *Stealth Labyrinth*, Reddoll, 2016) alle simulazioni sportive (*VR Ping Pong*, Reddoll, 2017), dalle avventure grafiche (*Loading Human*, Untold Games, 2017) ai picchiaduro (*Edge Guardian*, Hypotemic Games, 2016), sperimentando con grafiche fotorealistiche, low poly e minimal, nonché, nel caso di *Theseus* (Forge Reply, 2017), con le prospettive, offrendo al giocatore una visuale in terza persona, alle spalle dell'avatar, unica (in Italia) rispetto alla classica visuale in prima persona, privileggiata per accentuare l'immersività.

Dall'alto, frame da Edge Guardian (Hypotemic Games, 2016), Ping Pong VR (Reddoll, 2017), Theseus (Forge Reply, 2017)

I dati statistici e la recente introduzione sul mercato di dispositivi "stand alone" come Oculus Go, una versione "portatile" dell'Oculus Rift che offre prestazioni simili ma senza la necessità di connettersi ad hardware esterni e venduta a prezzi vantaggiosi (da un minimo di 219 euro, all'ottobre 2017), permettono di ipotizzare una futura, costante diffusione degli HMD, sdoganando anche in ambito videoludico questa nuova tecnologia. In un tale scenario, è ipotizzabile anche la crescita di interesse delle software house nei confronti del settore, trovandosi nelle condizioni di sviluppare videogiochi per un mercato povero di contenuti (e quindi predisposto alla sperimentazione) per un'utenza finalmente abbastanza vasta da generare profitto.

3.3. Estetica, meccaniche, contenuti

Dopo aver analizzato le condizioni produttive che caratterizzano la scena videoludica italiana contemporanea, in questa sezione si soffermeremo sui suoi aspetti estetici e contenutistici, basandoci sulla tassonomia descritta nel capitolo 1 e sull'analisi dei dati raccolti nell'appendice 2, dove sono catalogati oltre 450 titoli rilasciati tra il 2014 e 2017. Pur mantenendo una minima suddivisione basata sui principali stili grafici adottati, negli esempi di cui parleremo verranno analizzati anche i rapporti che instaurano tra questi e le meccaniche, le colonne sonore e le tematiche trattate.

In linea generale, nella scena videoludica italiana gli stili grafici seguono topoi e convenzioni della scena indipendente internazionale, a partire dai sentimenti nostalgici che la caratterizzano nella maggior parte dei casi. Gli stili grafici più utilizzati sono di conseguenza la pixel art e l'*hand-drawn*, per quanto si noti un aumento dei titoli basati sul fotorealismo o realizzati in low–poly, tendenze queste ultime che possono essere correlate alla disponibilità di game engine dedicati al 3D, all'interesse per la realtà virtuale, all'elevato numero di titoli in pixel art presenti su ogni piattaforma e, di conseguenza, il desiderio/necessità di differenziazione del proprio prodotto.

Nelle pagine che seguono, si offrirà una panoramica di videogiochi italiani che più di altri si distinguono per l'uso di stili grafici per fini espressivi autoriali o per esaltare contenuti e meccaniche particolari.

3.3.1. Nostalgia

Anche sulla scena videoludica italiana l'aspetto nostalgico è molto presente, se non predominante, riscontrabile trasversalmente in molti generi, non solo nei più ovvi platform, avventure grafiche e shoot'em up. É interessante notare, ad esempio, come lo sviluppo di videogiochi sportivi sia molto limitato rispetto agli anni 2000, e per lo più dedicato alla produzione di titoli puramente arcade piuttosto che alla simulazione della realtà, riprendendo spesso meccaniche di opere di epoche passate. Per quanto riguarda il sottogenere racing, titoli come *All–Star Fruit Racing* (3DClouds.it, 2017), *OverVolt* (Interactive Project, 2014), *RedOut* (34BigThings, 2016) fanno esplicitamente riferimento, nelle scelte stilistiche e di gameplay, a classici come *F–Zero* (Nintendo, 1990), *Super Mario Kart* (Nintendo, 1992) e *Wipe Out* (Psygnosis, 1995), mentre in ambito calcistico il modello è l'azione frenetica di *Sensible Soccer* (Sensible Software, 1992), emulata in *Super Arcade Football* (OutOfTheBit, 2016) e *Active Soccer 2* (The Fox Software, 2016). L'aspetto nostalgico è poi

declinato anche verso fonti esterne al videogioco: *Cap Riders: EuroSoccer* (3GoGames, 2017), ad esempio, rimedia in versione digitale il classico gioco da tavolo Subbuteo.

Ciononostante, la nostalgia è riscontrabile soprattutto nelle avventure grafiche. Nella produzione italiana contemporanea, il genere vede una discreta varietà di stili grafici adottati, spesso legati al ricordo di titoli classici del passato, ma non per questo necessariamente realizzati in pixel art. Se da un lato, giochi come *The Chronicles of Innsmouth* (Psychodev Studio, 2017) riproducono con esattezza filologica ogni aspetto grafico delle avventure LucasArt dei primi anni Novanta (es. *The Secret of Monkey Island*, *Sam & Max Hit The Road*, *Day of the Tentacle*), interfaccia SCUMM, font e puntatore del mouse compresi, sono più i casi in cui a spingere alla nostalgia sono principalmente l'atmosfera ironica e le meccaniche proposte.

Blue Volta, dello studio Ossocubo, il cui rilascio è previsto per la fine del 2018, nasce da una constatazione del suo autore Luca Esposito, per il quale «è difficile che mi capiti di giocare ad un'avventura recente che mi faccia rivivere le sensazioni dell' "epoca d'oro" del genere[684]», ma la nostalgia è relativa alle meccaniche proprie dei punta-e-clicca, più che sull'impatto grafico. Il gioco infatti propone uno stile *hand-made,* «un misto tra un fantasy alla Miyazaki e l'Italia della prima metà del '900», dove l'obiettivo, d'accordo con la definizione di *Independent Style* di Juul, è di «creare qualcosa di moderno, ma che rievochi quel feeling che solo i giochi della nostra infanzia ci sapevano trasmettere[685]».

[684] Tagliaferri, Simone, *Mondi incantati*, Multiplayer.it, 15 maggio 2015. (https://multiplayer.it/articoli/149858-blue-volta-mondi-incantati.html)
[685] *Ibid.*

Sopra, un frame da The Chronicles of Innsmouth (Psychodev Studio, 2017); *sotto,* Blue Volta (Ossocubo, TBA).

Similmente, *The Wardrobe* fa riferimento come umorismo e gameplay ai classici della LucasArts dei primi anni Novanta, ma graficamente riprende gli stili delle avventure sviluppate alla fine del decennio, basate su un *hand–made* di natura caricaturale (prima dell'implementazione del 3D iniziata con *Grim Fandango* (1999)), come *Monkey Island 3*: *The Course of Monkey Island* (1997) e l'italiano *Tony Tough and The Night of Roasted Moths* (Prograph, 2002). Anche qui, il desiderio è di «riproporre, in salsa moderna e con uno stile grafico rivisitato, le meccaniche, l'atmosfera e lo humor dei grandi classici[686]», ispirandosi anche a titoli più recenti «come *Deponia* [Daedalic Entertainment, 2012], da cui abbiamo attinto molte delle caratteristiche del nostro stile di colorazione[687]».

[686] Nayru [nickname], *The Wardrobe – Intervista con C.I.N.I.C. Games*, Team Nerd, 11 aprile 2017. (https://www.teamnerd.it/2017/04/the-wardrobe-intervista-a-c-i-n-i-c-games/).
[687] Pilò, Salvatore, *The Wardrobe – Intervista agli sviluppatori*, ST Games, 18 novembre 2015. (https://stgames.it/2015/11/the-wardrobe-intervista-agli-sviluppatori/).

Sopra, un frame da Tony Tough and The Night of Roasted Moths (Prograph, 2002); *sotto,* The Wardrobe (C.I.N.I.C. Games, 2017)

Un secondo genere esplicitamente nostalgico è quello degli shoot'em up. *Syder Arcade* (2014), esordio di Studio Evil, è dichiaratamente un rivisitazione dei titoli per Amiga dell'era 16–bit, così come l'intera produzione di Panda Indie Studio, attualmente quattro titoli sviluppati dal solo Matteo Gonano che, oltre alla riproposizione grafica dei classici del tempo, punta anche a ricreare fisicamente l'atmosfera e le sensazioni dei coin–op da sala giochi, proponendone la fruizione tramite un cabinato autoprodotto durante la fiere e gli eventi di settore, come nel caso del recente *Project Starship*, presentato allo *Svilupparty 2018*.

Il cabinato realizzato da Matteo Gonano (a sx) per lo shoot'em up Project Starship *presentato allo Svilupparty 2018*.

La software house Breakin Bytes è al lavoro dal 2015 su *Xydonia*, di cui è disponibile la versione alpha e il cui rilascio è previsto nel 2019. Lo sviluppo sta richiedendo più tempo del previsto – il gioco è stato finanziato anche tramite una fortunata campagna crowdfunding su Kickstarter nel 2015 – a causa del desiderio degli sviluppatori di replicare in modo più filologicamente possibile gli aspetti grafici e sonori degli shoot'em up del passato, per quanto fondendo tecnologie e specificità di più periodi storici, filtrati attraverso le loro esperienze personali. Walter Samperi commenta come «il nostro riferimento principale è stato l'immaginario vg/pop/film/anime a cavallo tra la fine

degli ‘80 e l’inizio/metà dei ‘90, basandoci principalmente su come lo abbiamo vissuto noi», aggiungendo di essere in fase di studio dello «stile e le tecniche dei developer del tempo e non solo, ma se non avessi vissuto in prima persona quell’atmosfera sarebbe molto più difficile riuscire a riprodurla[688]». Questo si nota nell’uso della risoluzione «428×240, il corrispettivo 16:9 dei giochi “a bassa risoluzione” su console, per intenderci, con “la palette dei colori” che rispecchia quella del Neo Geo», e una componente sonora con musiche create «direttamente con il chip audio del Mega Drive, utilizzando un tracker che si chiama DefleMask[689]».

Un aspetto interessante è dato poi dalla produzione di paratesti a tema. Il trailer promozionale[690] di *Syder Arcade* introduce il gioco mostrando un giocatore che recupera da uno scatolone ricolmo di floppy disc per Amiga quello contenente proprio *Syder Arcade.* Inserito il floppy nel lettore cd di un PC moderno, vengono poi presentate scene di gameplay. Ovviamente grottesca, l’introduzione inquadra un periodo storico preciso (l’era Amiga e i suoi giochi) e ne sottolinea gli aspetti scherzosi e infantili dell’intera operazione (con l’uso del lettore cd per fruire del floppy), gli stessi che si provavano da adolescenti.

Similmente, per la campagna Kickstarter di *Xydonia*, il team di Breaking Byte ha realizzato immagini pubblicitarie nello stile delle riviste videoludiche dei primi anni Novanta, periodo storico dove il genere era all’apice del successo, stile replicato nel packaging delle copie fisiche del gioco, al momento solo previste, che rispecchiano quelle dei titoli per Sega MegaDrive e PlayStation.

[688] Pikkiomania [nickname], *Xydonia: Intervista a Breaking Bytes*, Giocagiuè.it, 21 luglio 2016. (http://www.giocagiue.it/2016/07/intervista-breaking-bytes-xydonia/)
[689] Illud [nickname], *Xydonia: Intervista agli sviluppatori*, PixelFlood, 28 maggio 2015. (http://www.pixelflood.it/xydonia-intervista-agli-sviluppatori/)
[690] Studio Evil, *Syder Arcade Launch Trailer*, Youtube, 26 aprile 2012. (https://www.youtube.com/watch?time_continue=47&v=3BXtgW5oXrY)

Le immagini pubblicitarie realizzate per la campagna Kickstarter di Xydonia.

3.3.2. Stili grafici

Di seguito, passeremo in rassegna gli stili grafici più utilizzati degli sviluppatori italiani, proponendo casi dove l'aspetto grafico non è scelto per necessità di mercato, ma è frutto di prese di posizione dei propri autori in relazione alle meccaniche e ai contenuti tematici approfonditi dai giochi.

3.3.2.1. Fotorealismo

L'uso dello stile fotorealistico, per quanto limitato, è in aumento grazie principalmente all'interesse verso lo sviluppo di videogiochi per la realtà virtuale, dove è privilegiato per esaltare l'impatto immersivo, per quanto possibile dalla tecnologia contemporanea. Al di fuori della piattaforma VR, così come a livello internazionale, il fotorealismo è spesso scelto per la realizzazione di walking sim e avventure orrorifiche. *The Warden* (Black Mist Studio, 2016), *Enki - Fiat Tenebrae* (Storm in a Tea Cup, 2016)*, The Land of Pain* (Alessandro Guzzo Produzioni, 2017), *The Town of Light* (LKA, 2016) sono alcuni esempi, ma mentre i primi due scontano problematiche tecniche e narrative che inficiano l'esperienza di gioco, gli ultimi due sono invece esempi di eccellenza.

The Land of Pain è un caso particolare. Dal punto di vista tecnico, è probabilmente l'unico gioco italiano sviluppato con il CryEngine, motore grafico da altissime prestazioni ma notoriamente

complesso da padroneggiare, utilizzato di solito dalle grandi software house: stupisce di conseguenza che l'autore del gioco sia il solo Alessandro Guzzo, dimostrando abilità programmatorie superiori alla media, soprattutto considerando che, come ammette lo stesso Guzzo, inizialmente non aveva «alcuna esperienza come sviluppatore e nessuna conoscenza nell'uso di motori di gioco. Sono partito quindi da autodidatta e senza l'aiuto di nessuno[691]». Inoltre, «non ho ricevuto finanziamenti, ho lavorato sostenendomi con i risparmi che avevo messo da parte nel corso degli anni[692]». Si tratta quindi di una produzione del tutto indipendente.

Ispirato ad *Amnesia: The Dark Descent* (Frictional Games, 2010) per quanto riguarda le meccaniche (è permesso solo camminare e interagire con determinati oggetti, quindi non è previsto combattimento ma, al limite, la fuga) e lo sviluppo della storia (basata sul ritrovamento di diari e fogli di appunti), *The Land of Pain* rielabora esplicitamente l'immaginario lovecraftiano per immergere il giocatore in un'avventura orrorifica che l'uso della visuale in prima persona e dello stile fotorealistico rende ancor più terrificante. Il protagonista, in vacanza in uno chalet disperso nei boschi, in seguito alla misteriosa comparsa di una sfera fluttuante viene catapultato in una dimensione parallela, dove un rituale oscuro terminato con la morte violenta dei suoi officianti ha evocato un'entità soprannaturale ora libera di vagare per i boschi. Senza difese, immerso in una vegetazione minacciosa e con la costante presenza di tale entità, il giocatore dovrà esplorare la zona alla ricerca di indizi per ricostruire quanto accaduto, sperando di trovare un modo per ritornare alla sua dimensione originaria.

L'eccellente resa grafica è stata realizzata utilizzando la tecnica della *fotogrammetria*, sperimentata inizialmente per *The Vanishing of Ethan Carter* (The Astronauts, 2014), e che permette di importare nel mondo di gioco oggetti della realtà quotidiana, scattando un elevato numero di foto e ricostruendo al computer l'oggetto in questione. In questo caso, i luoghi che Guzzo ha ripreso per *The Land of Pain* sono l'Altopiano di Asiago e in particolare il comune di Enego, «i posti in cui sono cresciuto. Da bambino mi divertivo a immaginare cosa ci fosse all'interno delle vecchie case abbandonate nei boschi e in *The Land of Pain* ho potuto ricrearle sfruttando l'immaginazione in un contesto horror. Proprio sull'altopiano sono presenti piccole contrade isolate che sembrano essersi fermate nel tempo; questi luoghi lontani dalla realtà cittadina (dove sono ritornato per un

[691] Domenegoni, Francesca, *The Land of Pain – La storia di Alessandro Guzzo*, Natural Born Gamers, 25 ottobre 2017. (https://www.naturalborngamers.it/the-land-of-pain-la-storia-alessandro-guzzo-creatore-dellavventura-horror-lovecraftiana-uscita-poco-steam/).
[692] *Ibid.*

sopralluogo per immortalare vecchi edifici, oggetti e altro) possono essere un'ottima fonte di ispirazione[693]».

The Land of Pain (Alessandro Guzzo, 2017)

Questo aspetto è condiviso anche in *The Town of Light* (2016) dello studio LKA, un team composto da circa 15 persone guidato da Luca Dalcò. Il gioco, anch'esso in prima persona come *The Land of Pain*, è ambientato nell'ex–manicomio di Volterra, tra i più grandi d'Italia (arrivando ad ospitare 5.000 pazienti), e vuole trasmettere al giocatore le sensazioni, i drammi e le inquietudini che vivevano i suoi pazienti, basandosi non solo sulla riproduzione fedele dell'edificio, ma anche su un'imponente ricerca storica e scientifica. Il giocatore viene messo nei panni di Renée, paziente del manicomio internata durante l'era fascista, che torna a visitare l'edificio dopo la sua chiusura in seguito alla legge Basaglia. Muovendosi tra i vari padiglioni, ora abbandonati e fatiscenti, e interagendo con l'ambiente, vengono innescati ricordi e flashback della protagonista che andranno a ricostruire il suo traumatico periodo di ricovero, in quello che si presenta come un horror psicologico dove l'atmosfera di tensione e terrore deriva alla disturbante realtà dei manicomi, e non da elementi soprannaturali. Rivela Dalcò come «tutto questo è stato possibile grazie alle testimonianze di chi soffre di problemi psichici e di chi ha vissuto il manicomio sulla propria pelle. Testi come *Invito al manicomio* di Irene Lizza o *Diario di una schizofrenica* di Marguerite A. Sechehaye, o ancora *Cinque anni in manicomio* di Amilcare Marescalchi, sono state le pietre con cui è stato possibile edificare la storia di Renée. Ho cercato di perdermi completamente in questi racconti, per poterne cogliere gli ingredienti essenziali. È stata un'esperienza a tratti dolorosa, ma

[693] Barresi, Daniele, *Horror: il videogioco di genere tra cultura e territorio*, IVIPRO, 6 maggio 2017. (https://ivipro.it/it/speciale/the-land-of-horror-il-videogioco-di-genere-tra-cultura-e-territorio/)

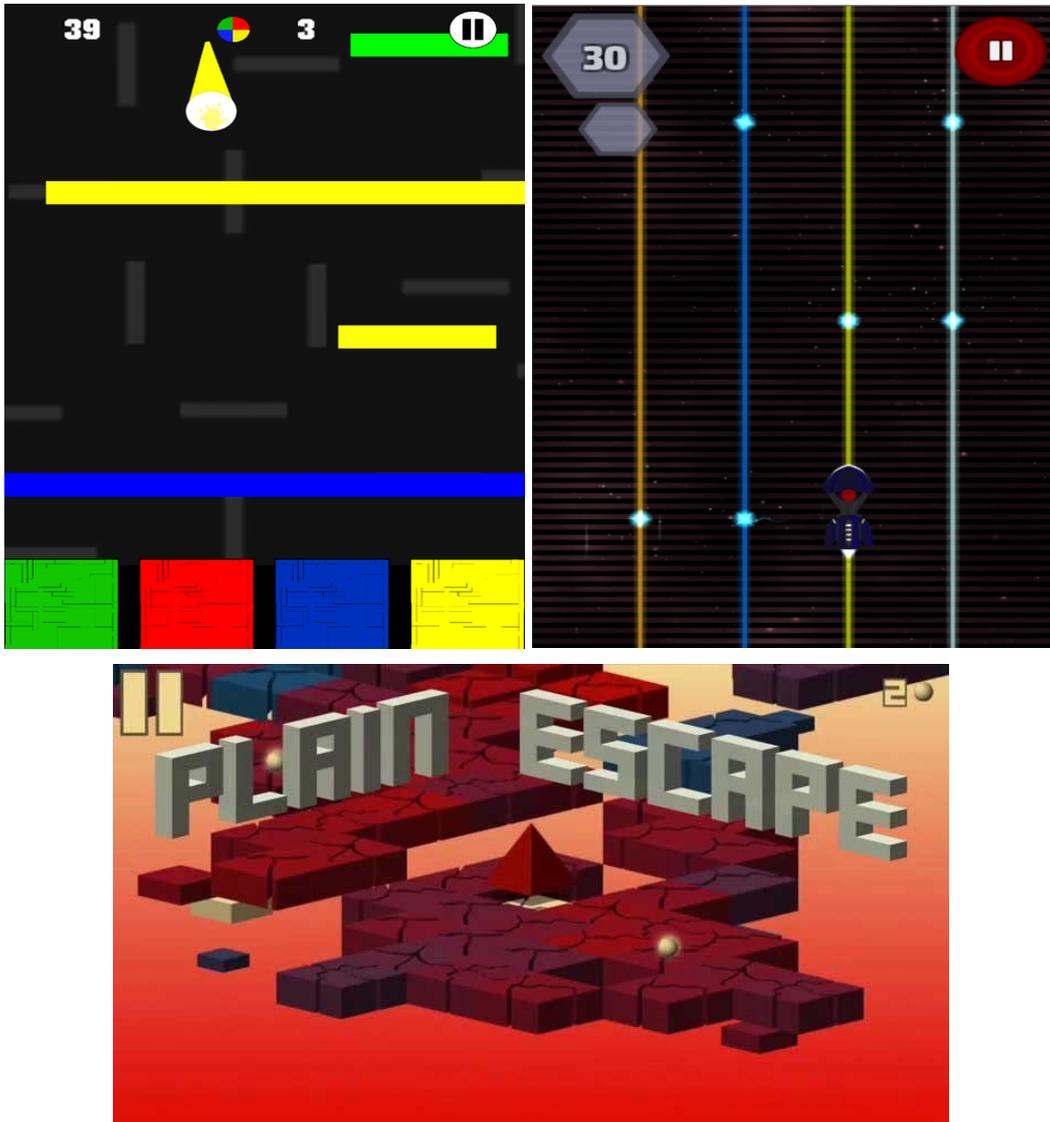
estremamente formativa e affascinante[694]». La stessa scelta di ricreare il manicomio come si presenta ora, e non durante i suoi anni di attività, riflette il desiderio di Dalcò di ragionare sull'intera istituzione manicomiale: «abbiamo scelto di muoverci nel manicomio com'è adesso perché ricostruirlo com'era sarebbe stato un ambiente poco inquietante. Il fatto che sia in rovina e che caschi a pezzi, è in realtà molto aderente a quello che era veramente l'anima del manicomio. Questo stato di abbandono vuole richiamare le condizioni di chi viveva lì dentro, gente che di fatto veniva messa dietro le pareti e dimenticata[695]». L'uso dello stile fotorealistico risulta funzionale nel trasmettere queste sensazioni al giocatore, immergendolo completamente in un contesto di decadenza, privazione della libertà e violenza, non solo riflessione su un'istituzione, quella manicomiale, ancora dibattuta, ma anche specchio di un determinato periodo storico, quello fascista, e le sue pratiche.

Una comparazione dell'entrata del manicomio di Volterra e una sua prima versione digitalizzata in The Town of Light (LKA, 2016)

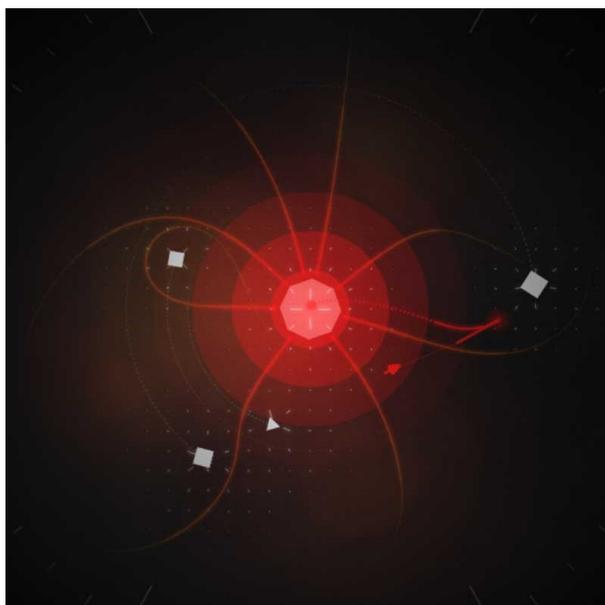
3.3.2.2. Astratto / Minimalismo

La maggior parte dei giochi italiani che presentano grafiche astratte sono relativi alla piattaforma mobile, dove le meccaniche minimali cui sono solitamente legati meglio si adattano agli hardware dei device e all'audience di riferimento, abituata a giochi dai pochi comandi e di rapida fruizione. Molti sono sfide di abilità: in *KoLoKo* (Andrea Mercuri, 2015) il giocatore deve far combaciare il

[694] *Ibid.*
[695] Nosenzo, Paolo, *op.cit.,* 2014, p.156.

colore di un cerchio in continuo movimento con il colore di quadrati e rettangoli che compaiono man mano in forma di ostacoli; in *Super Space Swiper* (Pijamas Team, 2016) bisognerà spostare una moto stilizzata attraverso quattro linee parallele, evitando gli ostacoli; in *Plain Escape* (Tiny Games, 2017) è necessario guidare una sfera attraverso una serie di piani fluttuanti in un ambiente 3D.

In alto da sinistra, frame di KoLoKo (Andrea Mercuri, 2015) *e* Super Space Swiper (Pijamas Team, 2016); *sotto*, Plain Escape (Tiny Games, 2017).

Sulla piattaforma PC, diversamente, i titoli che presentano grafiche astratte possono contare sulle potenzialità hardware per sviluppare esperienze più complesse, pur mantenendo meccaniche minimali. *0rbitalis* (2015), definito dal suo autore Alan Zucconi come «un simulatore di gravità dal retrogusto puzzle», ricorre ad una grafica astratta per concentrarsi sul «replicare alcune delle caratteristiche che ritengo essere più intriganti della gravità», come «l’infinita complessità che una

formula così semplice ed elegante come la legge gravitazionale di Newton può generare[696]». Sviluppato su oltre 150 livelli, ognuno rappresentante un sistema solare composto da diversi corpi celesti (rappresentati da varie figure geometriche) in movimento attorno a una stella più grande (un cerchio), in *0rbitalis* il giocatore controlla un satellite (un triangolo rosso) che, inizialmente, si muove casualmente nello spazio. Il suo compito è lanciare il satellite tra i corpi celesti, determinando una direzione e la forza dell'impulso con un clic del mouse, in modo da innescare un moto che dovrà essere il più lungo possibile, prima dell'inevitabile schianto: ogni livello ha una soglia di tempo minima da raggiungere per poter accedere al sistema solare successivo.

0rbitalis (Alan Zucconi, 2015)

3.3.2.3. Stilizzazione

3.3.2.3.1. Pixel Art

La pixel art è lo stile grafico attualmente più utilizzato sulla scena videoludica italiana, spaziando su ogni piattaforma, mobile compreso, saturando il mercato con titoli spesso basilari e limitati, concepiti per motivi di marketing. Vi sono però titoli che propongono grafiche pixel art non fini a sé stesse, ma elaborate e funzionali alle meccaniche di gioco o alla creazione di particolari atmosfere di gioco.

Il metroidvania *The Waste Land* (2014), realizzato in 5 anni di lavoro nel suo tempo libero da Michele Caietti, programmatore alla Milestone e noto con il nickname di Fledermaus, è uno degli esempi più interessanti. Il giocatore controlla il re di un vasto mondo che ha ridotto in miseria a

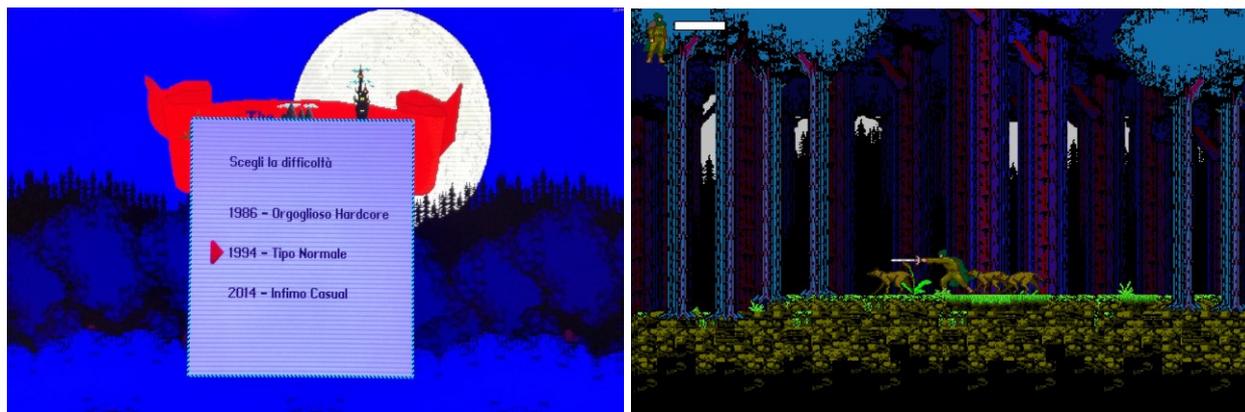
[696] Mazzega, Alessandro, *art.cit.*, 20 aprile 2014.

causa del suo orgoglio: per risollevarne le sorti, sarà costretto a un lungo e pericoloso viaggio attraverso il suo regno, in solitaria e armato di spada e arco. L'omonimia con il titolo della più celebre opera di T.S. Eliot non è casuale: *The Waste Land* immerge il giocatore in un'atmosfera di perenne solitudine, spaesamento e ostilità, che Caietti ha cercato di creare a partire dal poema dello scrittore americano. «[...] è stata una guida molto utile per creare un mood costante», spiega Caietti, «il poema ha parti descrittive di questa terra riarsa in cui il sole non dà tregua, ogni cosa è ostile. Io ho aggiunto il fatto che questa ostilità è stata suscitata proprio dal giocatore, ma ci sono sviluppi inattesi nella trama, più avanti. Non è una traduzione 1:1 in gioco, sarebbe impossibile, ma è una semplice ispirazione ai temi alla base, che ho rielaborato ed integrato nel gioco[697]».

I colori freddi utilizzati nella pixel art, l'assenza di obiettivi specifici, da cercare di volta in volta, e la meccanica del back tracking propria del genere, si rivelano funzionali alle intenzioni di Caietti nel rendere il «senso di essere spersi, soli e di dover trovare un cammino ed un obiettivo. Il poter vagare anche senza meta, parlando con le persone, in un mondo in cui non tutto ha un senso prestabilito, o ogni elemento e dialogo è funzionale a qualcosa. È molto più ampio e meno denso di molti altri titoli a cui si ispira, ma è tutto assolutamente intenzionale[698]».

Da una prospettiva più nostalgica, è interessante notare che *The Waste Land* propone tre livelli di difficoltà, segnalati per anni: 1986, 1994, 2014. «Sono 3 anni simbolici, il primo è l'era NES, con giochi di difficoltà brutale e meccaniche molto rigide. Il secondo è l'era SNES con una attenuazione di difficoltà, in media, e meccaniche meno punitive, mentre nel 2014 la barra dell'energia si ricarica lentamente da sé, o cadere da grandi altezze non provoca danno[699]». Questa scelta permette di leggere *The Waste Land* anche come riflessione sull'evoluzione del videogioco, la cui difficoltà è andata a scemare nel tempo principalmente per motivi di mercato, al fine di ampliare l'audience a cui rivolgersi. La ripresa delle spietate dinamiche delle epoche precedenti diventa rifiuto, protesta e scherno verso un modo contemporaneo di concepire i videogiochi, semplificati non tanto per ragioni estetiche e di gameplay, ma per motivi di mercato.

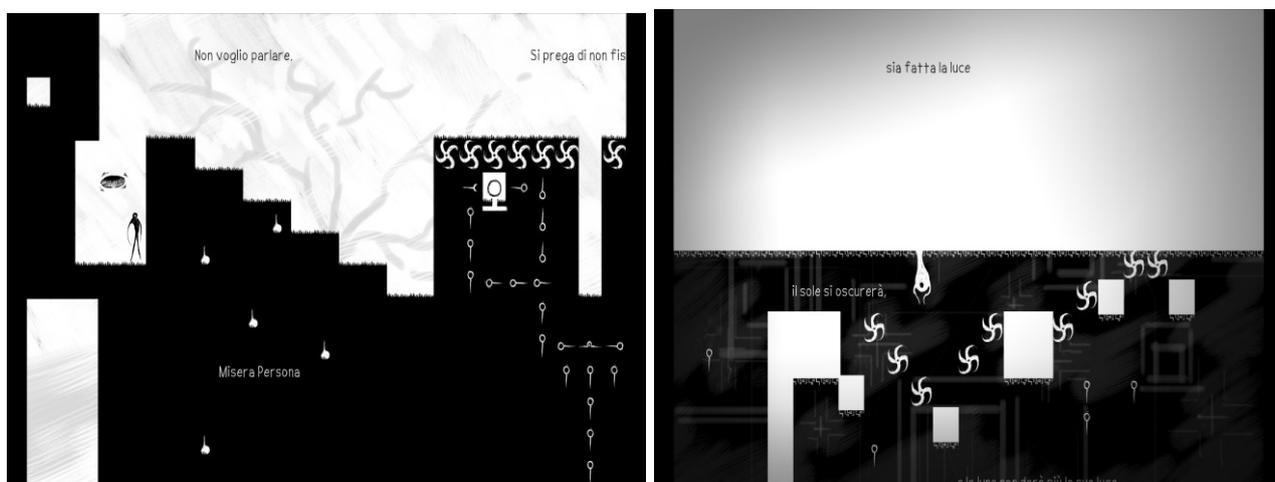
---

[697] Albano, Marco, *I 10 migliori giochi Made in Italy: The Waste Land [Episodio 9]*, Softonic.com, 29 settembre 2014. (https://it.softonic.com/articoli/migliori-giochi-italiani-the-waste-land)
[698] *Ibid.*
[699] *Ibid.*

A sinistra, la schermata di scelta della difficoltà in The Waste Land (Fledermaus, 2014)*; a destra, un frame dal gioco.*

3.3.2.3.2. *Hand-drawn*

Lo stile *hand-drawn*, come si è visto in precedenza, è quello che più di altri riesce a restituire una forte aura di immediatezza e "onestà", permettendo agli sviluppatori di esprimersi nella maniera più diretta e autoriale riducendo al minimo la necessità di conoscenze tecniche e informatiche. Sulla scena italiana, un sempre maggior numero di videogiochi propone particolari grafiche *hand-drawn*. *Sym*, puzzle/platform sviluppato dalla software house Athrax Studio, team composto da Sebastiano Morando e Francesco Lanciai, rilasciato su Steam nel 2016, presenta una grafica *hand-drawn* in bianco e nero con lo scopo di esaltare il tema portante del gioco, una riflessione sull'ansia sociale. Il protagonista, Josh, vive tra due mondi distinti, uno completamente bianco, di superficie, attraversato da sagome nere di mostri affamati e di piante carnivore, e uno completamente nero, sotterraneo, costellato da lame bianche. Il suo scopo è attraversarli, passando da un mondo all'altro, evitando di volta in volta i nemici di superficie e le trappole del sottosuolo. «It represents the division between the world of the mind where only I can exist, where I can hide myself from the real world which in the game is the white world», spiega Morando. «Staying in the white world means that I'm facing my fears, staying in the dark world means I'm hiding from them[700]». Nel gioco, Josh avrà sembianze umane nel mondo "reale", mentre prenderà la forma di un bozzolo in quello scuro, a rappresentare il nascondersi, il non affrontare i propri timori e le proprie debolezze. Le meccaniche sono minimali: il giocatore potrà muovere Josh a destra o a sinistra, mentre un tasto è dedicato al salto e uno permette il passaggio tra i mondi, dove la gravità viene invertita. Combinando gli spostamenti tra un mondo e l'altro, con ostacoli che richiedono una sempre maggior precisione nei salti, il giocatore viene immerso in una storia che procede per piccole frasi, spesso criptiche, scritte sullo sfondo dei livelli, toccando temi importanti come il suicidio e la

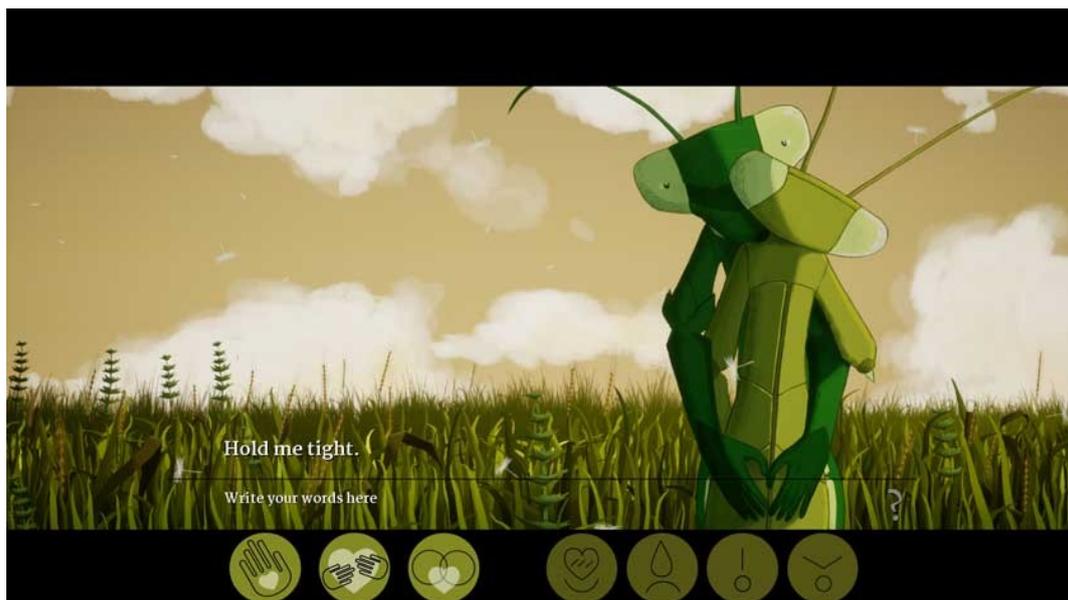
[700] Campbell, Colin, *Sym explores social anxiety disorder through puzzles and platforms*, Polygon, 19 marzo 2015. (https://www.polygon.com/2015/3/19/8254449/sym-is-a-game-about-shyness-and-hiding-from-social-gaze).

depressione. Non si tratta però di un gioco realizzato a fini "terapeutici", piuttosto di un argomento che gli autori sentivano vicino e di cui volevano parlare, trovando nel videogioco la forma d'arte più consona per esprimersi. «I haven't designed this game to help people who have social anxiety disorder», ammette Morando. «In my opinion games aren't something that can be used as therapy. It's a subject I feel close so I wanted to talk about it. I don't think a game could explain such a difficult topic, but a game can talk about it like any other form of art[701]». *Sym* inoltre contiene un piccolo editor interno, con il quale è possibile creare i propri livelli, e raccontare le proprie storie, «so people can share their own stories and contribute their own experiences[702]», conclude Morando, purtroppo poco ascoltato: all'ottobre 2018, sono presenti solo 32 livelli prodotti dagli utenti.

A sinistra, il protagonista di Sym *nel mondo di superficie*; *a destra, in forma di bozzolo in quello sotterraneo.*

Don't Make Love è un bizzarro esperimento realizzato da Dario D'Ambra, sviluppatore trapiantato in Germania, a Colonia, noto sulla scena indipendente per le sue sperimentazioni videoludiche[703] che spaziano dalle riflessioni sulla vita, l'amore, i rapporti con il prossimo, bizzarie come *The Game with the Unnecessary Long Title made by the creators of Boredom Simulator* (2017), dove lo scopo è di trovare il file .exe del gioco tra le decine di cartelle che lo compongono, cercando indizi tra i vari file readme che di volta in volta consigliano o insultano il giocatore. *Don't Make Love* è al momento una summa delle sue opere. Riprendendo le meccaniche di *Façade* (2006) – simulazione di una cena a casa di una coppia di amici in crisi coniugale basata interamente sui dialoghi, dove il giocatore deve digitare domande, risposte e affermazioni a seconda delle situazioni che di volta in volta si presentano –, *Don't Make Love* presenta una coppia di mantidi innamorate, indecise se portare a livelli "più fisici" la loro relazione, entrambe ben consce delle conseguenze, sia per l'uno (la morte), che per l'altra (la perdita dell'innamorato e il rimorso per le sue azioni). Il giocatore

[701] *Ibid.*
[702] *Ibid.*
[703] Fruibili gratuitamente al sito: https://www.maggese-games.com/games.

decide a inizio partita se impersonare la mantide femmina o la mantide maschio, per poi affrontare il dialogo tra i due insetti, dove partecipa attivamente scrivendo le frasi da far pronunciare al suo personaggio o utilizzando un limitato numero di reazioni (sorridere, imbronciarsi, imbarazzarsi, offendere) e azioni (abbracciare, baciare, prendere per mano, accarezzare). Il discorso tocca argomenti come l'amore, i paradossi della natura, il rapporto con gli altri, i desideri personali e le convenzioni sociali: sta al giocatore decidere se cercare di convincere il partner all'atto amoroso o meno, portando a diversi finali, determinati anche dal sesso della mantide che si impersona.

I disegni e le animazioni di *Don't Make Love*, dai colori caldi e dalle linee morbide, crea un contesto avvolgente e stimolante, funzionale supporto ad un gioco che fa dell'esprimere le proprie emozioni la sua meccanica di base. Inusuale di conseguenza l'uso di *Unreal Engine 4*, notoriamente dedicato a giochi tridimensionali con grafiche fotorealistiche per lo sviluppo del gioco, e quindi in questo caso superfluo, sottolinea la natura sperimentale e provocatoria della scelta di D'Ambra di ricorrere allo stile *hand-drawn*, aumentandone il carattere autoriale.

Don't Make Love (Maggese, 2017)

3.3.2.3.3. *Cartoon Style*

Abbiamo visto nel Capitolo 1 come lo stile cartoon possa essere differenziato dall'*hand–made* per la sua natura replicativa di stili grafici di fumetti e film d'animazione, che ridurrebbe l'impatto di autenticità e autorialità correlato all'*hand-made*. I (pochi) casi italiani di videogiochi che utilizzano questo stile dimostrano al contrario una forte originalità.

L'avventura grafica *Little Briar Rose* (2016), sviluppata da Elf Games Works, software house composta da Fabiola Allegrone e Piero Dotti, si presenta come una fiaba, la storia di un principe

alle prese con nani, tritoni e fate per liberare una principessa prigioniera in un castello circondato da fitti rovi frutto di un maleficio. L'atmosfera fiabesca del titolo viene ampliata dallo stile grafico utilizzato, unico nel suo genere, che trae ispirazione dalla sequenza introduttiva del film d'animazione disneyano *La bella e la bestia* (Gary Trousdale, Kirk Wise, 1992), a sua volta replica degli stili delle vetrate piombate di chiese e cattedrali. «L'idea di creare una grafica ispirata alle vetrate piombate, è nata spontanea una volta scelta la fiaba che volevamo rappresentare. Influenzati dai classici Disney, vetrate e leggende ci sembravano affini e la ripresa iniziale della *Bella e la Bestia* ha solidificato l'idea, decidendo di prendere opere simili come spunto[704]», spiegano Allegroni e Dotti. L'influenza disneyana, sia nelle grafiche che nelle atmosfere e nei dialoghi, è ben riconoscibile, ma *Little Briar Rose* presenta un tono di sottofondo meno infantile di quel che può sembrare: diversamente da molte avventure grafiche, fallendo nella risoluzione degli obiettivi più importanti, il protagonista può morire o essere trasformato, di volta in volta, in nano, tritone, fata, andando ad aggiungersi ai personaggi secondari che animano le varie ambientazioni, mentre il giocatore ricomincia il gioco controllando un nuovo il principe.

Sopra, un frame da Little Briar Rose (Elf Games Works, 2016); *sotto, un fotogramma da* La bella e la bestia (Gary Trousdale, Kirk Wise, 1992).

704 Hugel, Sarah, *Little Briar Rose: Intervista agli sviluppatori*, PixelFlood.it, 7 luglio 2014. (http://www.pixelflood.it/little-briar-rose-intervista-agli-sviluppatori/)

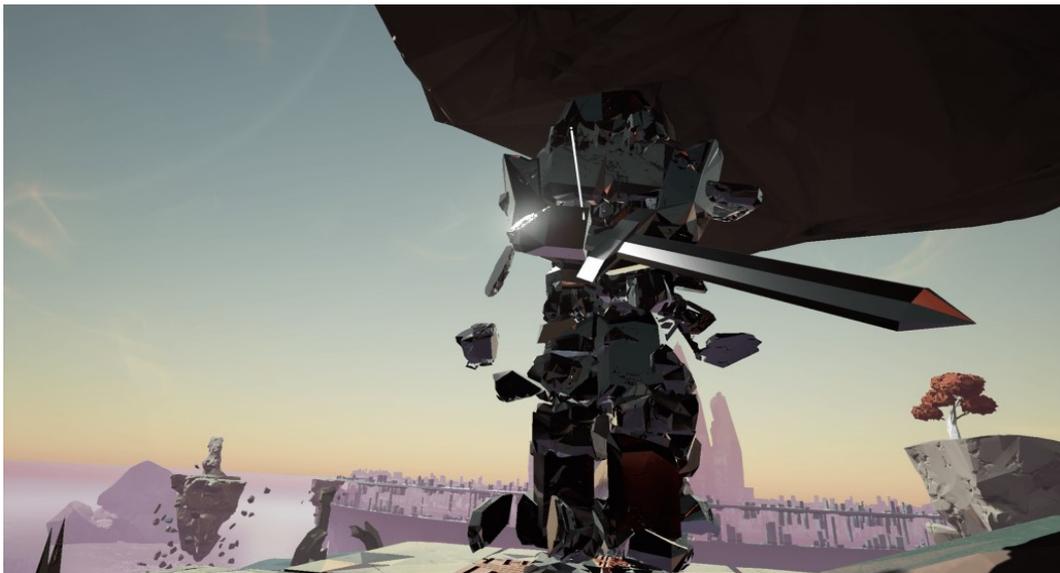
Lo stile grafico utilizzato per *The Last Day of June*, sviluppato da Massimo Guarini con il suo studio Ovosonico, è invece la combinazione originale di due fonti: il video della canzone *Drive On* di Steve Wilson, girato in stop-motion da Jess Cope, e i film Pixar, con particolare riferimento a *Up!* (Pete Docter, Bob Peterson, 2009). Concepito più come opera filmica che videogioco (esplicito anche nei paratesti, come la locandina pubblicitaria che ricalca palesemente quelle dei film hollywoodiani), *The Last Day of June* è composto prevalentemente da *cut-scenes*, mentre al giocatore, nelle parti di gameplay, non sono richieste abilità reattive ma intuito per risolvere una serie di rompicapi logici mentre esplora un ambiente di gioco privo di nemici, al fine di permettere di seguire al meglio il progredire della trama nella sua completezza: il viaggio nei ricordi di un uomo per modificare gli avvenimenti che hanno causato l'incidente automobilistico dove sua moglie è morta, ed evitare che questo accada. Divisi in quattro capitoli relativi ad altrettanti personaggi a loro insaputa correlati ai fatti, il giocatore dovrà ricostruire gli eventi e modificarli fino a trovare la combinazione che porterà a cancellare l'incidente. Per quanto le meccaniche puzzle, di relativamente semplice risoluzioni, a differenza di altre produzioni simili non siano per nulla banali, è l'atmosfera creata dalla combinazione di grafica e sonoro (curato dallo stesso Steve Wilson) a rendere unico il gioco di Guarini. Suddiviso fondamentalmente in due parti, una basata sui ricordi del protagonista, vivace e colorata, e l'altra sulla "realtà" della sua condizione post-incidente, oscura e deprimente, dove non solo ha perso la moglie ma è rimasto costretto alla sedia a rotelle (situazione questa simulata al giocatore in una voluta imprecisione nella risposta dei comandi, mentre nelle sequenze di ricordo questa invece è perfetta), *The Last Day of June* gioca sulla discrasia che si viene a creare tra grafiche e musiche, non solo per generare impatti emotivi nel giocatore, ma agendo anche a livello narrativo e di gameplay. Oltre a rinforzare l'idea complessiva del mondo di gioco, le musiche di Wilson fanno da collante tra le due parti di cui è composto e dialogano in maniera implicita con il giocatore, sottolineando come in tutto quel colore ci sia qualcosa di triste e sbagliato (nelle parti dei ricordi), o spingendo all'azione, al riprovarci di nuovo nonostante tutto quel buio, quella solitudine e quella depressione (nella parte della "realtà").

Dall'alto: un fotogramma del video Drive On (Jess Cope, 2014)*, un frame da* The Last Day of June (Ovosonico, 2017)*, la locandina del videogioco*.

3.3.2.3.4. Low poly

Come si è visto nel capitolo 1, il low–poly è uno degli stili grafici adottati più di recente e come tale ancora in fase di sperimentazione. Il suo utilizzo in Italia è trasversale ai generi, dai racing (*RedOut*, 34BigThings, 2016; *Nirvana Pilot Yume*, DevK9, 2017) agli shooter (*Futuridium EP*, MixedBag, 2015; *Atomine*, Broken Arms Games, 2017), alle avventure grafiche (*N.E.R.O. – Nothing Ever Remains Obscure*, Strom in a Tea Cup, 2016) e a titoli più sperimentali (*The Way of Life*, CyberCoconut, 2017; *A Short History of the Gaze*, Molleindustria, 2017), concentrandosi principalmente sulla piattaforma PC e, in minor misura, in titoli per la VR (*Yon Paradox,* Digital Mantis, 2016; *Edge Guardian*, Hypotemic Games, 2016). Tra questi ultimi, uno degli esempi più riusciti è lo shooter *Run of Mydan*, sviluppato dallo studio Virtew e attualmente in Early Access su Steam, il cui impatto grafico è tra i più curati ed elaborati. Diviso in aree di gioco dalle diverse

ambientazioni, *Run of Mydan* presenta un gameplay eterogeneo, passando dalla risoluzione di puzzle al combattimento frenetico contro piccoli nemici fino a scontri con boss colossali dove tattica, strategia, riflessi e precisione sono elementi essenziali per la vittoria. Lo stile low–poly, scelto anche per permettere la giusta fluidità al gioco, è però il risultato di pesanti manipolazioni delle immagini: «è un low poly che non è un low poly. È low poly di concetto ma non di implementazione, nasce low poly ma diventa altro. È quasi un fotorealismo low poly, che è un po' un paradosso», spiega Saul Clemente, «abbiamo calcato talmente tanto sugli *shader* che alla fine il vantaggio rispetto a una grafica fotorealistica è andato a farsi benedire[705]».

La manipolazione delle immagini, che tocca anche la realizzazione delle ombre, il loro contrasto, i colori, non si limita alla sola resa grafico, ma inficia anche il gameplay. «Abbiamo giocato molto anche sul postprocess, che dà un look particolare al gioco, e lo abbiamo usato in maniera attiva per poter comunicare anche internamente al gioco certe cose. Tipo, invece di utilizzare degli add abbiamo usato il postprocess per cambiare il colore delle scene quando vieni colpito[706]», continua Clemente, a dimostrazione di come lo stile low–poly sia impegnativo ma aperto alla sperimentazione, e di come permetta di differenziarsi dal resto delle produzioni: «riuscire a manipolare il low–poly e dare un impatto visivo unico come l'abbiamo fatto noi ci permette di essere anche un po' "anti–concorrenza", perché se l'avessimo fatto con una grafica abbastanza banale, o comunque una grafica fotorealistica, sarebbe stato uno di quegli n giochi che trovi dappertutto. Star lì ore e ore su un oggetto, a far in modo che venga bene, ci ha permesso di creare questa cosa un po' particolare[707]».

Run of Mydan (Virtew, 2017)

[705] Clemente, Saul, comunicazione privata, gennaio 2018.
[706] Clemente, Saul, comunicazione privata, gennaio 2018.
[707] Clemente, Saul, comunicazione privata, gennaio 2018.

3.3.3. L’Italia nei videogiochi

Si registra infine un numero crescente di videogiochi, rilasciati o in sviluppo, che fanno riferimento alla cultura italiana, sia da un punto di vista contenutistico, con rimandi a determinate epoche o fatti storici, che visivo, ambientando le proprie narrazioni in determinati edifici, paesaggi o città, spesso ricreati in maniera fotorealistica. Non crediamo che questo trend sia dovuto all’approvazione della Legge Cinema, che tra i requisiti per l’assegnazione delle sovvenzioni richiede [...], poiché troppo recente, ma è possibile individuare qui un tratto distintivo della produzione videoludica contemporanea italiana.

Oltre ai già citati *The Land of Pain* e *The Town of Light*, che riproducono rispettivamente i boschi sull’Altopiano di Asiago e il manicomio di Volterra, altri titoli ragionano sulla Storia recente italiana o omaggiano icone della cultura popolare.

Wheels of Aurelia (2016), sviluppato dallo studio Santa Ragione, ambientato nel 1978, vuole proporre una riflessione non tanto su un determinato avvenimento, ma sull’atmosfera generale di tensione politica e sociale che caratterizzava gli anni a cavallo tra i Settanta e gli Ottanta in Italia, gli Anni di piombo. Il videogioco è un particolare ibrido tra racing sim e visual novel, dove il giocatore controlla l’automobile guidata dalla giovane Lella, in viaggio da Roma verso la Costa Azzurra lungo la Via Aurelia, la strada costiera che fiancheggia il Mar Tirreno, resa celebre anche da *Il sorpasso* di Dino Risi, film indicato dall’autore Pietro Righi Riva come ispirazione fondamentale per il gioco. Lungo la strada, il giocatore potrà decidere se dare passaggi a degli autostoppisti o meno, scegliere la direzione da prendere in prossimità degli svincoli più importanti, accettare sfide automobilistiche: ognuna di queste opzioni viene generata proceduralmente ad ogni partita, e ogni scelta compiuta dal giocatore varia il proseguo della trama, portando a un totale di 16 differenti finali. A seconda del compagno di viaggio di Lella, vengono affrontati dialoghi (scritti da Matteo Pozzi e Claudia Molinari di We Are Muesli) che spaziano dal femminismo alla Juventus, dall’aborto alle Brigate Rosse, dalla religione alla politica, sviluppati dal giocatore attraverso un sistema di risposte multiple che determinano eventuali reazioni positive o negative nei confronti di Lella e vanno a incidere anch’esse sullo svolgimento della storia. «L’idea era proprio quella di far emergere attraverso i dialoghi e le vicende dei personaggi una realtà complessa e mai rappresentata in un videogioco. In questo senso il dialogo “on the road” si presta molto a far emergere in maniera organica i temi della società, senza che questi siano centrali nella narrazione. In *Wheels of Aurelia* tutto è uno spunto per parlare di attualità: la musica, i radiogiornali, i luoghi, gli incontri fortuiti,

eccetera[708]», afferma Righi Riva. Non solo il genere è un ibrido tra racing sim e visual novel, anche la grafica ricorre alla combinazione di due stili diversi, in un tentativo di «compromesso tra accessibilità e riconoscibilità[709]»: lo sfondo, dove il giocatore controlla l'auto di Lella da una visuale isometrica, è realizzato in low–poly; in primo piano, disegni *hand-drawn* di Lella e i suoi interlocutori, ai quali sono legati dei fumetti che contengono le linee del dialogo in corso. La colonna sonora, infine, composta ad hoc dalla band Gipsy Studio e dai musicisti Gianluca Bianco, Cristiano Tommasini, Giordano Sartoretti e Nicolò Sala, è concepita per «ricreare le sonorità e i contenuti della musica italiana degli anni '70, dal prog rock all'elettronica[710]», immergendo ulteriormente il giocatore in quello che è uno dei videogiochi più originali, per contenuti e meccaniche, degli ultimi anni, a dimostrazione delle potenzialità narrative del medium videoludico.

Due frame da Wheels of Aurelia (Santa Ragione, 2016)

Progetto Ustica, diversamente da *Wheels of Aurelia*, non vuole parlare di un'epoca, ma si concentra sull'approfondimento di un singolo evento, l'esplosione in volo del DC9 IH 870 Itavia nei cieli

[708] Ullo, Edoardo, *Intervista a Pietro Righi Riva di Santa Ragione per Wheels of Aurelia che fotografa l'Italia degli anni '70*, Il Videogioco.it, 11 dicembre 2016. (https://www.ilvideogioco.com/2016/12/11/intervista-a-pietro-righi-riva-di-santa-ragione-per-wheels-of-aurelia-che-fotografa-litalia-degli-anni-70/).
[709] *Ibid.*
[710] *Ibid.*

sopra l'isola di Ustica il 27 giugno 1980. Ideato da Ivan Venturi – produttore tramite la sua IV Productions e sceneggiatore e game designer assieme a Mauro Salvador – con lo scopo di informare su una delle stragi meno citate dai media nazionali, la cui memoria rischia di scomparire nelle nuove generazioni, *Progetto Ustica* è realizzato in collaborazione con l'Associazione parenti delle vittime della strage di Ustica e finanziato tramite una campagna di crowdfunding su Produzioni dal basso[711]. Attualmente, è disponibile gratuitamente in versione beta su Steam, al fine facilitarne la diffusione soprattutto nelle scuole.

Basato sugli "atti del giudice Priore [e] sulla perizia del Politecnico di Torino del 1999[712]", che dichiarava l'impossibilità di stabilire la verità dei fatti ma valutava l'ipotesi dell'impatto del DC9 con un missile aria–aria come la meno improbabile, *Progetto Ustica* non vuole essere "un serious game d'inchiesta ma per la memoria dell'evento", spiega Salvador, "con l'obiettivo di far ricordare cos'è successo anche rappresentando in modo un po' fantasioso e "cangiante" […] l'identità dell'aereo che abbatté il DC9. Presenteremo i fatti dichiarando a quali perizie ci ispiriamo costruendo una struttura verosimile di base con cui raccontare diversi punti di vista sulla vicenda[713]".

In un'altra intervista, Salvador descrive le grafiche, le meccaniche e la struttura narrativa di *Progetto Ustica* come «un'esperienza esplorativa breve – fra i dieci e i quindici minuti – che inizia nella cabina passeggeri del DC9 poco dopo il decollo. Il giocatore si muove al suo interno […] il suo è un punto di vista fantasma in prima persona, attraverso il quale può interagire con l'ambiente e con alcuni oggetti particolari». Scopo del gioco «è trovare tutti questi oggetti, in stile *Gone Home*, con in più il fatto che una volta trovati questi sbloccano, per le partite successive, nuovi punti di vista e schede informative sull'abbattimento dell'aereo e quanto ne è seguito. In questo modo il giocatore potrà cambiare a piacere il proprio punto di vista sulla vicenda mentre questa si sviluppa[714]». Particolarità del videogioco è la decisione di renderlo disponibile anche per la fruizione tramite realtà virtuale, che non solo permette di aumentare la sensazione di immersività nel giocatore, ma consente anche di sfruttare la spettacolarità e la carica emozionale provocata a fini di consolidamento della memoria. Negli ultimi minuti del gioco, infatti, il giocatore rivive in prima persona l'esplosione dell'aereo e la caduta nel vuoto nei panni di uno dei passeggeri a bordo, un

[711] IV Production, *Progetto Ustica - Volo IH 870*, Produzioni dal basso, gennaio 2016. (https://www.produzionidalbasso.com/project/progetto-ustica-volo-ih-870/).
[712] Capelli, Eleonora, *Un videogioco per spiegare la strage di Ustica*. Repubblica.it, 18 novembre 2015. (http://bologna.repubblica.it/cronaca/2015/11/18/news/un_videogioco_per_spiegare_la_strage_di_ustica-127590456/).
[713] Ullo, Edoardo, *Intervista a Mauro Salvador*, Il Videogioco, 3 novembre 2015. (http://www.ilvideogioco.com/2015/11/03/intervista-a-mauro-salvador-per-progetto-ustica/).
[714] Dresseno, Andrea (a cura di), *Progetto Ustica 35 anni dopo*. Cinefilia Ritrovata, 25 novembre 2015. (http://www.cinefiliaritrovata.it/progetto-ustica-35-anni-dopo/).

momento di forte intensità concepito per, nelle parole di Venturi, «creare un trauma perché il ricordo si fissi nella memoria[715]».

Due visuali in Progetto Ustica. *A sinistra*, *l'interno del DC9 Itavia; a destra, dalla barca di un pescatore testimone dell'esplosione.*

[715] Aguiari, Damiana, *La strage di Ustica diventa un videogioco, serio*, RadioCittàdelCapo, 19 novembre 2015. (www.radiocittadelcapo.it/archives/la-strage-di-ustica-diventa-un-videogioco-serio-167795/).

3.4. Riepilogo

I dati statistici, sia ufficiali redatti dall'AESVI che desunti dalle nostre personali rilevazioni, indicano una progressiva crescita nel numero di software house fondate nel periodo preso in esame, indice di un interesse crescente nelle nuove generazioni verso il videogioco, sia come forma espressiva che come possibile professione. L'età media degli sviluppatori corrobora questo trend, così come l'aumento di scuole di formazione specializzata, soprattutto private.

Le software house per la maggioranza non superano i 15 componenti, con il numero più alto nella fascia tra 2 e 5 elementi, permettendo di considerare, sotto questo punto di vista, l'intera scena videoludica italiana come indipendente. Il finanziamento in fase produttiva è al momento il problema principale, con più della metà degli studi che si basa sull'autofinanziamento: anche questo punto permette di identificare come indipendente la maggior parte della scena italiana, per quanto si tratti di una necessità, piuttosto che una scelta di libertà incondizionata: sono rari gli sviluppatori che non cercano aiuti finanziari in fonti esterne come publisher, enti privati e istituzioni.

Istituzioni che, se confrontate con le altre realtà estere, solo in tempi recenti hanno prodotto leggi a favore della produzione videoludica nazionale, per quanto si tratti ancora di misure insufficienti, dedicate soprattutto al tax credit per finanziatori terzi che, nonostante la costante crescita economica del settore, raramente investono nel videogioco, principalmente a causa di una scarsa valutazione culturale del medium. Anche in questo campo si sono visti progressi, con l'aumento di fiere ed eventi dedicati, ma i risultati faticano a cogliersi in un'opinione pubblica ancora diffidente e sospettosa: è del 28 agosto 2018, ad esempio, un articolo pubblicato dal quotidiano Libero a firma di Costanza Cavalli intitolato "I maniaci del videogioco vanno curati in clinica", con l'occhiello che afferma "Ci sono quelli che perdono il senso della realtà, altri rovinano il matrimonio. E qualcuno si trasforma in killer[716]".

Ciononostante, i videogiochi prodotti nel periodo preso in esame, si dimostrano di livello tecnico e qualitativo sempre più elevato, eterogenei negli stili grafici, sperimentali nelle meccaniche e coraggiosi nei contenuti trattati, dimostrando come il videogioco sia ormai una forma d'arte compiuta, in grado di riflettere con originalità su argomenti importanti come ansia sociale e Legge Basaglia, o su fatti e contesti storici dibattuti.

[716] Terzano, Claudio, *I videogiochi rendono killer? Libero scatena la comunità italiana sui social*, The Next Tech, 29 agosto 2018. (https://thenexttech.startupitalia.eu/67728-20180829-videogiochi-killer-libero-jacksonville).

CONCLUSIONI

Nata durante gli anni Novanta come protesta e alternativa alle pratiche adottate dall'industria videoludica mainstream e ai suoi prodotti di punta, i cosiddetti tripla–A, la scena indipendente, basata sul rifiuto del sostegno dei publisher e dei circuiti distributivi ufficiali allo scopo di ottenere la più completa libertà creativa nelle fasi di sviluppo, conosce a partire dalla seconda metà degli anni Duemila una crescita esponenziale per numero di titoli rilasciati e successo commerciale, arrivando a diventare «the first legitimate alternative to the publishing system since the majority of video game designers left their garages for office spaces in the late 1980s[717]». Un tale risultato è però ottenuto scendendo a compromessi con l'industria mainstream, generando una varietà di situazioni che hanno reso difficile, se non impossibile, trovare una definizione coerente per descrivere i videogiochi indipendenti e i loro sviluppatori. La stessa moda degli *indie*, permessa dall'affermazione della distribuzione digitale e cominciata nel 2008 con il successo di critica e pubblico di titoli come *Braid*, *World of Goo* e *Castle Crasher*, è anche merito in realtà di uno dei più importanti publisher internazionali, la Microsoft e il suo servizio di distribuzione online Xbox Live Indie Arcade per la console XBox 360. Anche portali come Steam o AppStore, da sempre visti come roccaforti della distribuzione indipendente, comportano regole e limitazioni che inficiano più o meno pesantemente sull'effettiva libertà creativa degli sviluppatori, mentre altri portali effettivamente aperti a ogni prodotto hanno invece agevolato la saturazione del mercato con una vastità di prodotti spesso mediocri.

La democratizzazione dei tool di sviluppo e l'abbattimento delle barriere di accesso alla distribuzione hanno portato molti vantaggi, ma saturato il mercato; la scarsa cultura e considerazione dei giocatori desiderosi di avere sempre più giochi di qualità elevata ma sempre meno disposti a pagarli (si veda il mercato mobile) ha portato alla chiusura di software house affermate; le forme di finanziamento alternative, come il crowdfunding, sono diventate spazi pubblicitari per opere spesso già finanziate, alienando le piccole realtà per le quali almeno inizialmente erano state concepite. In tale situazione, marketing e *user acquisition* diventano fondamentali per la sopravvivenza delle software house, costrette a rivolgersi nuovamente a publisher e finanziatori esterni per la gestione di questi aspetti.

Si è visto come quella che Nadav Lipkin considera, non a torto, una forma di cooptazione dell'industria mainstream nei confronti del movimento indipendente, abbia però portato i grandi

[717] Polygon Staff, *The State of Games: State of independents*. Polygon, 3 luglio 2012. (https://www.polygon.com/2012/10/1/3440602/the-state-of-games-state-of-independents).

publisher, come EA e Ubisoft, a supportare *anche* la produzione di progetti che, seppur non necessariamente radicali o antisistema, hanno spostato la scena globale del videogioco verso la ricerca di nuove forme espressive, lontane dalla staticità creativa dei titoli tripla–A. Per quanto questo abbia ulteriormente confuso i confini che separano indipendente da mainstream, rendendo ancor più complessi i molteplici tentativi, anche accademici, di definire entrambe queste tipologie videoludiche.

Rispetto ad altri contesti, in Italia la situazione non è diversa. I dati statistici, sia ufficiali redatti dall'AESVI che desunti dalle nostre personali rilevazioni, indicano una progressiva crescita nel numero di software house fondate nel periodo preso in esame, indice di un interesse crescente nelle nuove generazioni verso il videogioco, sia come forma espressiva che come possibile professione. L'età media degli sviluppatori corrobora questo trend, così come l'aumento di scuole di formazione specializzata, soprattutto private.

Le software house per la maggioranza non superano i 15 componenti, con il numero più alto nella fascia tra 2 e 5 elementi, permettendo di considerare, sotto questo punto di vista, l'intera scena videoludica italiana come indipendente. Il finanziamento in fase produttiva è al momento il problema principale, con più della metà degli studi che si basa sull'autofinanziamento: anche questo punto permette di identificare come indipendente la maggior parte della scena italiana, per quanto si tratti di una necessità, piuttosto che una scelta di libertà incondizionata: sono rari gli sviluppatori che non cercano aiuti finanziari in fonti esterne come publisher, enti privati e istituzioni.

Istituzioni che solo in tempi recenti hanno prodotto leggi a favore della produzione videoludica nazionale – il che è un segnale positivo – ma si tratta ancora di misure insufficienti, dedicate soprattutto al tax credit per finanziatori terzi che, nonostante la costante crescita economica del settore, raramente investono nel videogioco, principalmente a causa di una scarsa valutazione culturale del medium. Anche in questo campo si sono visti notevoli cambiamenti, con l'aumento di fiere ed eventi dedicati, ma i risultati faticano a cogliersi in un'opinione pubblica ancora diffidente e sospettosa: è del 28 agosto 2018, ad esempio, un articolo pubblicato dal quotidiano Libero a firma di Costanza Cavalli intitolato "I maniaci del videogioco vanno curati in clinica", con l'occhiello che afferma "Ci sono quelli che perdono il senso della realtà, altri rovinano il matrimonio. E qualcuno si trasforma in killer[718]".

[718] Terzano, Claudio, *I videogiochi rendono killer? Libero scatena la comunità italiana sui social*, The Next Tech, 29 agosto 2018. (https://thenexttech.startupitalia.eu/67728-20180829-videogiochi-killer-libero-jacksonville)

Detto ciò, è necessario anche segnalare come sotto la patina dorata dei dati di vendita in crescita, dei grandi eventi dedicati, dell'apertura delle istituzioni accademiche e governative, si nasconda una realtà problematica, rispetto al passato migliore per certi aspetti (come l'abbattimento della pirateria), ma ancora limitante per altri (come il supporto legislativo a favore dello sviluppo dell'industria). Secondo i dati AESVI, nel 2017 il mercato videoludico italiano ha prodotto incassi per quasi 1.5 miliardi di euro, ma le vendite di videogiochi di produzione nazionale si aggirano intorno ai 40 milioni. Si applaude al successo di pubblico delle grandi kermesse come la Milano Games Week, organizzate dai grandi publisher internazionali per sponsorizzare i loro prodotti sviluppati in outsourcing in Cina o in Polonia, mentre altri eventi più piccoli ma radicati nel territorio a beneficio delle piccole realtà italiane vengono cancellati per mancanza di sostegno economico e istituzionale (l'ultimo in ordine di tempo è il Game Happens di Genova). Si applaude alle nuove leggi promulgate dal governo in favore della produzione videoludica nazionale, ma in realtà si tratta di misure di rimborso (e non di finanziamento) cui possono accedere solo studi che dimostrano rendite annuali di almeno 10.000 euro, quando nel più recente censimento AESVI si registra che circa il 45 % delle software house italiane dichiarano incassi per meno di 10.000 euro annui, con un preoccupante 33% che non arriva ai 1000 euro. Ciononostante, ed è forse questo l'aspetto più importante, i videogiochi prodotti nel periodo preso in esame e di cui abbiamo offerto una panoramica, si dimostrano di livello tecnico e qualitativo sempre più elevato, eterogenei negli stili grafici, sperimentali nell'uso delle nuove tecnologie, originali nella proposta delle meccaniche e coraggiosi nei contenuti trattati, dimostrando come il videogioco sia ormai, anche in Italia, una forma d'arte compiuta, in grado di riflettere su argomenti importanti come ansia sociale e Legge Basaglia, o su fatti e contesti storici spesso ambigui e critici con seria originalità.

APPENDICE A – Software house e sviluppatori italiani

Le software house qui raccolte sono state catalogate per anno e luogo di fondazione, segnalando i principali componenti dei team e il loro numero al dicembre 2017, l'eventuale forma giuridica e le piattaforme principali di interesse. Si è aggiunto infine un link di contatto per ognuna di queste, che rimanda ai siti ufficiali o, nel caso non esistano, verso pagine social, principale alternativa alla creazione di un sito dedicato.

Le fonti sono state i siti ufficiali delle software house, le riviste cartacee e online, la partecipazione ad eventi dedicati, la frequentazione di alcuni sviluppatori e software house. Dove le informazioni si rivelano dubbie, si è preferito non indicare nulla.

Questo database vuole essere un primo tentativo di censimento delle software house e degli sviluppatori hobbisti attivi al dicembre 2017: non pretende di essere completo, ma di fornire una base per ulteriori studi.

SOFTWARE HOUSE	ANNO	LUOGO	FONDATORI	N. COMPONENTI	FORMA GIURIDICA	PIATTAFORMA					CONTATTI
						PC	MOBILE	CONSOLE	BROWSER	VR/AR	
10th art studio	2008	Baden–Württemberg (DEU)	Ludwig G. Maglione, Tommaso Vitiello	4	S.r.l.	X					https://it–it.facebook.com/10th–Art–Studio–57993478905/
2 Think	2014	Milano	Roberto Capuano, Loana Elisabetta Maier	2	S.r.l.		X		X		http://www.2think.it/knotmania/index.html
34BigThings	2013	Torino	Valerio Di Donato, Giacomo Ferronato, Giuseppe Enrico Franchi	32	S.r.l.	X		X		X	http://34bigthings.com/press/
3DClouds	2014	Milano	Francesco Bruschi, Sergio Rocco, Christian Orlandi, Jonathan Lowe	4	S.r.l.	X					https://3dclouds.it/
3GoGames	2016	Mantova	Andrea e Devis Rossini	5	S.r.l.	X					http://www.3gogames.com/wp/

48h Studio	2013	Camerata Picena (AN)	Michele Sasso, Tommaso Pantaloni	5	Soc.Coop.	X	X				http://www.48hstudio.com/
Abatangelo, Sofia	2016	Bologna	Sofia Abatangelo	1	\				X		https://sofia–abatangelo.itch.io/
Adventure's Planet	2006	Pescara	Carlo de Caesaris	4	S.r.l.	X		X			http://www.adventureproductions.it/chi–siamo/
Affinity Project	2017	Bergamo	Roberto Ressi,Diego Ricchiuti,Ivan Paris	7	S.r.l.		X				http://www.don–ay.com/
Alessandro Guzzo Prod.	2014	Trento(?)	Alessandro Guzzo	1	P.IVA	X					http://www.projectnerd.it/2017–10–milan–gamesweek–2017–intervista–a–alessandro–guzzo–the–land–of–pain/
Andrea Pignataro Produzioni	2016		Andrea Pignataro	1	P.IVA	X					https://approductions.itch.io/
AnotheReality	2014	Milano	Fabio Mosca,Lorenzo Cappannari,Matteo Favarelli	7	S.r.l.	X	X			X	https://www.anothereality.io/
Antab Studio	2008	Milano	Andrea Tabacco,Lara Gianotti	3	S.r.l.	X	X	X			http://www.antabstudio.com/index.html
Ape marina	2012	\	Andrea Ferrara, Giovanni Ottaviano	2	\	X					http://apemarina.altervista.org/index.html
AppFactory	2012	Genova	Franco Puppo,Nicola Cavallo	30	S.r.l.		X		X		http://appfactory.it/
Artematica Entertainment	1996	Chiavari	Riccardo Cangini	20	S.r.l.	X	X	X			https://www.artematica.com/
ArticNet	2013	Osaka	Riccardo Andrea Castelnuovo	1	LLC	X	X		X		http://articnet.jp/en/
Artistic Minds	2015	\	William Giacinti	6	S.r.l.	X	X				http://www.artistic–minds.it/
ArtStories	2015	Milano	Giovanna Hirsch,Federica Pascotto	\	S.r.l.		X		X		http://www.artstories.it/it/
back2brain	2008	Roma	Giangiacomo Borghese,Ranieri Panchetti,Gabriel Brokenstone,Jean Luc Lafontaine,Miriam Svarowsky	5	S.r.l.		X				http://www.back2brain.com/
Bad Jokes Studio	2012	Verona	Alessandro Menegotti,Francesco Ventura	5	S.r.l.	X	X	X			http://www.badjokestudio.com/index.html
Bad Seed	2014	Milano	Jacopo Musso	10	S.r.l.	X	X				https://www.badseed.it/press/kit/index.php
BallMan	2017	Cervia (Emilia Romagna)	Francesco Mistri	1	P.IVA	X					https://twitter.com/ballmansp
Balzo	2013	Firenze	Giuseppe Lapenta, Dario Trovato	7	S.r.l.	X	X				http://www.balzo.eu/

Bellincampi, Lorenzo	2011	Roma	Lorenzo Bellincampi	1	P.IVA	X	X				https://it.linkedin.com/in/lorenzo–bellincampi–11781421 ; http://www.wackyspores.com/ http://www.lorenzobellincampi.com/
BitNine Studio	2014	\	Luca Spazzoli, Matteo Leoni, Andrea Leoni	3	\	X	X				https://bitninestudio.wordpress.com/
Blue Vessel Games	2011–2017	\	\	1	\	X	X				https://www.indiexpo.net/it/users/bluevesselgames
Bolopix	2013	Bologna	\	3	P.IVA		X				https://www.facebook.com/bolopixofficial/
Breaking Bytes	2014	Distribuiti tra Toscana e Sicilia	Dario Fantini,Walter Sampieri,Luca Della Regina,Vittorio Barbera	4	S.r.l.s	X					http://breakingbytes.tumblr.com/
Broken Arms Games	2013	Miranda, NSW, Australia	Yves Hohler, Elisa Farinetti, Giulio Piana	6	LTD	X	X	X			http://www.brokenarmsgames.com/
brucewayne74	2011	\	\	1	\	X					https://www.indiexpo.net/it/users/brucewayne74
Bruno Martiol Games	2017	\	Bruno Martiol	1	\	X					https://store.steampowered.com/app/566410/Once_upon_a_time/
BTSeven	2015	Siena	Matteo Paradisi,Michele Amadio,Simone Bonucci,Mattia Ancilli,Paolo Eusepi	5	\	X					https://btseven.itch.io/deepflare
Bubez	2016	Trieste	Monica Meddi	1	\	X					https://bubez.itch.io/
Bytwice	2012	Sassoulo (MO)	Gabriele Baldelli,Domenico Bulgarelli	6	S.r.l.		X				https://www.bytwice.com/
C.I.N.I.C Games	2012	Pisa	Francesco Liotta, Marco Sabia, Stefano Barilli	6	S.r.l.	X					http://www.thewardrobegame.com/
Camagames Studios	2007	Ferrara	Matteo Carretti, Matteo Salvatori	2	S.r.l.	X	X				http://www.camagames.it/
CapriBytes Studio	2013	Capri	Daniele Ferraro	1	\	X					
Caracal Games	2017	\	Tommaso Bonanni,Francesco Zacchini,Alex Angelini	4	S.r.l.	X	X	X			http://lucegames.com/
Cat Rabbit	2015	\	\	5	S.r.l.	X	X				http://catrabbitlabs.com/blog/
Ceerk.Games	2016	\	Filippo Leonelli	5	\	X	X				http://www.ceerk.com/
Chestnut Games	2012	Lanciano (Chieti)	Marco Rapino, Fausto Iannucci	3	S.r.l.s.		X				

Chroniclers Game Studio	2015	Bari	Sergio Cosmai,Marco Gadaleta,Francesco Dicarlo,Piero Mangini,Piergiuseppe Lacitignola	5	S.r.l.	X					https://it.linkedin.com/company/chroniclers–game–studios
Chubby Pixel	2012	Milano	Fabio Ferrara,Giulia Airoldi	3	S.r.l.	X	X	X		X	http://chubbypixel.com/
Cicchella, Filippo	2015	Bologna	Filippo Cicchella	1	P.IVA		X				https://filmont.artstation.com/
Cirulli, Gabriele	2010	Amsterdam	Gabriele Cirulli	1	\		X		X		https://gabrielecirulli.com/
civic71	2014	\	\	1	\	X					https://civic71.itch.io/
Code This Lab	2009	Napoli	\	5 – 10	S.r.l.		X		X		http://www.codethislab.com/
Colto	2014	Milano	Catriona Wallis,Davide Jones	12	S.r.l.		X				https://www.colto.com/
Cosebelle	2016	Torino	Chiara Boscaro,Anita Zaramella,Giada Zavarise	7	\	X					http://sellingsunlight.com/
Credici	2016	Rimini	Alberto Muratore	3	\	X					https://www.thegamesmachine.it/credici/ ; http://www.abstractarena.com/
Curiosity Killed the Cat	2012	Ponte S.Pietro (Bergamo)	Michele Pirovano	1	P.IVA	X			X		http://www.michelepirovano.com/dotage/presskit/
Cyber Coconut	2014	Milano	Davide Caio,Niccolò Azzolini	6	S.r.l.	X		X			https://www.cybercoconut.com/
CyberMachine Studios	2015	Hamburg (Germania)	Dario Conti	1	\	X	X				http://www.cybermachinestudios.com/presskit/index.php
Dardari Multimedia	2001	Savignano sul rubicone	Francesco e Marco Dardari	2	P.IVA		X				http://www.dardari.it/wp/#section–98
DarkWave Games	2009	Milano	\	14	S.r.l.	X	X				http://www.darkwavegames.com/
Dead Pixels	2016	Torino	Piergianni Pulito,Giacomo Gallo,Luca Mariani,Maurizio Maseguerra,Pasquale Mangano	10	S.r.l.s.	X				X	http://www.deadpixels.it/it/, http://www.deadpixels.it/it/press.html
Decimo Studio	2016	Firenze	Tiziano Coppoli,Francesco Sorace,Gabriele Ottanelli	3	P.IVA	X					https://decimostudio.com/
Demigiant	2014	Roma	Daniele Giardini	1	P.IVA	X	X		X		http://www.demigiant.com/index.php
DESTINYbit	2015	Ravenna	Gian Paolo Vernocchi,Simone Daminato	3	S.r.l.	X					http://destinybit.com/

Dev9k Games	2013	Tallin (Estonia)	Antonio Scacchetti,Massimiliano Nigro	3	OÜ	X	X				http://www.dev9k.com/
Digital Mantis	2015	Milano	Fabio Mosca,Christian Castelli,Sonia Casamento,Sara Irace	4	S.r.l.	X				X	\
Digital Tales	2006	Milano,Roma,Miami	Giovanni Bazzoni	15	S.r.l.		X			X	http://www.dtales.it/presskit/
Digitalfun	2006	Roma, Varese	Fabio Viola, Salvatore Savino	6	S.r.l.	X	X				http://www.digitalfun.it/
Drakkar Dev	2010	Catania	Domenico Gallo, Manlio Greco	2	Soc. Coop.	X	X		X		www.drakkardev.com/
Dysotek	2003	Chieti	\	10	S.r.l.	X	X		X		http://www.dysotek.it/
Eight Bit Skyline	2013	Bergen (Norvegia)	\	1	\	X					http://www.eightbitskyline.com/
Elf Games Works	2014	Brescia	Fabiola Allegrone,Piero Dotti	2	Soc. Coop.	X	X		X		https://www.elfgamesworks.com/it/
Emerald Team	2015	Padova	Edriano Cordara,Giacomo Bevilacqua,Luca Lodi,Veronica Menna	4	S.r.l.		X				http://emeraldteam.it/
ePaper Adventures	2016	\	\	5	\		X		X		http://www.epaperadventures.qlmagic.com/index.html
EpochalStorm	2009	Roma	Gabriele Barlocci,Tiziano Lena,	5	S.r.l.		X				http://www.epochalstorm.com/index–1.php
Eternium Galaxy	2017	Udine	Andrea Tarondo	5	\	X	X		X		http://www.eterniumgalaxy.com/
Evocentrica	2016	Roma	Andrea Ettorre,Fabrizio Doni	2	S.r.l.s.	X					http://www.evocentrica.it/
Expera Game Studio	2015	Caserta	Luca Porrino, Eli Daddio, Davide Penna	3	S.r.l.s	X					www.experagamestudio.it
Fafri93	2011	\	\	1	\	X					https://www.indiexpo.net/it/users/Fafri93
Fantastico Studio	2017	Roma	Daniele Bianchini,Andrea Valesini	9	S.r.l.	X					http://www.fantasticostudio.it/about/
FazzBrothers	2015	Roma	Andrea e Paolo Fazzini	2	P.IVA	X	X				http://www.belpaesethegame.com/
FFX Games	2013	Forlì	\	\	S.n.c.	X	X		X		http://www.ffx.it/
Firemill Games	2013	Parma	Andrea Dallatana,Nicolò Merusi	2	P.IVA	X					http://firemillgames.com/
Fledermaus	2004	Varese	Michele Caletti	1	P.IVA	X					http://store.steampowered.com/app/316970/The_Waste_Land/?l=italian

Foofa Studios	2008	Genova	Fabio Casale,Elisa Di Lorenzo,Daniele Bernardini,Giacomo Zanghi	6	S.n.c	X	X		X		http://www.foofastudios.com/wp/
Footprints	2012	Macerata	Francesco e Maurizio De Angelis	4	P.IVA	X					http://footprintsgames.weebly.com/
Forge Reply	2011	Milano	Alessandro Mazzega	18+	S.r.l.	X	X	X		X	http://forgereply.eu/
ForwardGames	2006	Roma	Emanuele Salvucci	10	S.r.l.		X		X		http://www.forwardgames.com/
Francesco “Rugerfred” Sedda	2006	Milano	Francesco Sedda	1	\				X		https://www.linkedin.com/in/rugerfred/
Frozen Pepper	2011	Pisa	Ottavio Radicati	5 – 10	S.r.l.		X				http://www.frozenpepper.it/
Game Pix	2013	Roma	Edouard Wawra,Justine Silipo,Valerio Pullano	8	S.r.l.				X		http://www.gamepix.com/
Gamera Games	2016	Padova	Alberto Belli	2+x	S.r.l.	X		X			http://www.gameragames.net/
Gavagnin, Flavio	2014	\	Flavio Gavagnin	1	\				X		\
GhostShark Games	2011	Roma	Davide Barbieri, Domenico Barbieri, Armando Teora	3	S.r.l.	X	X				http://www.ghostshark.games/
Giochi Penosi	2012	Perugia	Nicola Piro	2	\	X					http://www.giochipenosi.it/giochipenosi.php
GoManga Interactive	2014	Eboli	Luigi Squillante	11	P.IVA	X				X	http://www.gomanga.it/it/
Gualeni, Stefano	1998	\	Stefano Gualeni	1	P.IVA		X		X		http://stefano.gua–le–ni.com/
Guzzo, "Alfieri" Marco	2014	Pisa	Marco Guzzo	1	P.IVA	X					http://callofsalveenee.it/wordpress/product/call–of–salveenee/
Haruneko Entertainment	2010	Roma	Giovanni Simotti	1	P.IVA	X	X	X			http://www.haruneko.com/index.php
Heartbit Interactive	2011	Pontenure (Piacenza)	Matteo Nicolotti, Francesco Ficarelli	8	S.r.l.	X	X	X			http://www.heartbit–interactive.com/presskit/
Hex Keep	2012	Firenze	Marco Matarazzo,Andrea Della Porta,Tomas Baldovino,Giovanni Gargani,Tommaso Fauli	8	S.r.l.	X	X				https://www.hexkeep.com/
Hypothermic Games	2015	Benevento	Marco Giammetti,Maurizio Tatafiore	2	S.r.l.	X	X			X	http://www.hypothermicgames.com/
Icaro Productions	2017	\	Umberto Arduini (?)	9	\	X					http://www.svilupparty.it/project–tag/icaro–productions/
Illusionetwork	2005	Roma	Alessandro Senes, Fabrizio Terranova	4	S.r.l.	X	X	X		X	http://www.illusionetwork.com/

Imagimotion	2000	Roma	\	\	S.r.l.	X					http://www.imagimotion.it/
Imaginarylab	2015	Verona	Ciro Camera,Diego Rossi,Giuliano di Maiolo,Massimo Origano	4	P.IVA	X					http://www.imaginarylab.it/
ImpaledJanus	2010	\	\	1	\	X					https://www.indiexpo.net/it/users/ImpaledJanus
Indie Construction	2012	Milano	Paolo Bragonzi	1	P.IVA		X				http://www.svilupparty.it/project–tag/indie–construction/
Indiegala	2011	Roma	Riccardo Rosapepe	20+	S.r.l.	X					https://www.indiegala.com/
Indomitus Games	2013	Mantova	Mattia Ferrari,Denis Gualtieri,Gianmarco Leone,Federico Mussetola,Giovanni Vadalà	5	S.r.l.s	X					http://www.indomitusgames.com/it/
Inner Void Entertainment	2013	Roma	Nathan Piperno,Fabio Di Stefano,Giacomo Caneschi,Mirko Failoni	11	S.r.l.	X					http://www.innervoid.net/web/
Invader Studios	2016	Roma	\	10	S.r.l.	X		X			http://www.invaderstudiosofficial.com/
Iperurania Arts	2012	Puglia	Federico Mercurio, Giulia Mariella	2	S.r.l.s.	X					http://www.iperuraniaarts.com/index.php
Italian Game Factory	2017	Milano/Bologna	Ivan Venturi	7	S.r.l.	X					https://www.italiangamesfactory.com/
Italo Games	2016	Milano	Emmanuele Tornusciolo,Gabriele "Giga" Arnaboldi,Giuseppe "MisBug" Longo	3	S.r.l.	X		X			http://www.milanoirgame.com/
IV Productions	2012	Bologna	Ivan Venturi	1+x	S.r.l.	X		X			http://www.ivproductions.it/
Just Funny Games	2013	Imola	Ludovico Cellentani,Gianluca Marani	9	S.r.l.	X	X	X			http://justfunnygames.com/it/
Kalopsia Games	2014	Olanda	Alex Camilleri	1	P.IVA	X					http://www.kalopsiagames.com/
Kibou Entertainment	2016	Pavia	Simone Granata	2	S.r.l.	X					https://www.facebook.com/KibouEntertainment/
KRUR	2015	Firenze	Stefano Cecere	1	P.IVA	X			X		http://www.svilupparty.it/project–tag/krur/
Kunos Simulazioni	2005	Campagnano di Roma (Roma)	Marco Massarutto, Stefano Casillo	30	S.r.l.	X		X			http://www.kunos–simulazioni.com/main/
Kurai	2015	Londra	Federico Fasce	1	P.IVA	X					http://kurai.eu/
La Boite Games	2003	\	Gaetano Leonardi	4	S.r.l.	X	X		X		http://www.la–boite.it/games/
Leaf Games & Software	2015	Roma	Nicola Coiro,Michele Calandriello	10	S.a.s.	X	X				https://www.leafgs.com/

LeafDog Games	2015	Napoli	Christopher Sacchi,Sidney Sacchi	2	Hobbista	X					https://leafdoggames.itch.io/
Leoncilli, Emanuele	2016	Norcia	Emanuele Leoncilli	1	Hobbista	X					http://www.abloodynight.com/press–kit.html
LifeLit Games	2016	Roma	Cristian Piatti,Lorenzo Franciosi	5	P.IVA	X			X		http://lifelitgames.altervista.org/?doing_wp_cron=1516608101.7139470577239990234375
Linked Rooms Games	2016	Genova	Marco Camedda,Simone Granata,Davide Isimbaldi,Anthony Padilla	4	Hobbisti	X					https://linked–rooms–games.itch.io/fleshforward
LKA	2010	Firenze	Luca Dalcò	11	S.r.l.s	X		X		X	http://www.lka.it/
Loa Team	2017	\	Guido Bartoli	14	S.r.l.		X				https://www.facebook.com/loastudiointeractive/
Looky Games	2012	Roma	Daniele Bianchini, Nicola Scotti di Uccio	5 – 15	S.r.l.		X				https://lookygames.net/
LostTrainDude	2011	Napoli	Christopher Sacchi	1	Hobbista	X					https://losttraindude.itch.io/
Lucchesi, Paolo	1999	\	Paolo Lucchesi	1	Hobbista				X		http://www.paololucchesi.it/index.html
Maggese	2014	Colonia (DE)	Dario D’Ambra, Giorgio Carlino, Nina Kiel	3	\	X			X		https://www.maggese–games.com/
Maiorano, Simona	2014	Bari	Simona Maiorano	1	Hobbista				X		http://www.esdotem.com/
Makes It Beautiful	2016	Firenze	Leonardo Madioni, Emanuele Moi	3	Hobbisti	X					https://www.facebook.com/MakesItBeautiful/
Mangatar	2012	Milano,Salerno,Pescara	Andrea Postiglione, Enrico Rossomando, Alfredo Postiglione, Michele Criscuolo	8	S.r.l.	X	X				http://www.mangatar.net/
Melazeta	1998	Modena/Milano	Marcella Albiero,Lara Oliveti	14	S.r.l.		X			X	http://www.melazeta.com/
Mercuri, Andrea		Milano	Andrea Mercuri	1	P.IVA	X	X				http://andreamercuri.weebly.com/
Midian Design	2009	\	D. Cagliari	1	Hobbista	X					http://www.midiandesign.com/#x::35games
Milestone	1996	Milano	Antonio Farina (fino 2011)	150	S.r.l.	X	X	X			http://milestone.it/
MimiLab	2004	Milano	Michele Gotuzzo	3	S.r.l.		X				http://www.mimilab.com/
Mistical Interactive	2009	Alessandria	Michael Primo	1	Hobbista				X		https://michaelprimo.tumblr.com/
Mixed Bag	2013	Torino	Mauro Fanelli, Andrea Gellato	7	S.r.l.	X	X	X			http://press.mixedbag.it/
Molleindustria	2003	Torino	Paolo Pedercini	1	Hobbista	X	X		X		http://www.molleindustria.org/

Monkeys Tales Studio	2015	Castel Maggiore (Bologna)	Matteo Ridolfi,Hussein ,Michela	3	P.IVA	X					https://www.monkeystales.xyz/
Montironi Games	2012	\	Stefano Montironi, Rebecca Visentin,Giulia Di Pasqua	3	P.IVA	X					https://montironigames.altervista.org/
Morbidware	2016	Roma	Matteo Corradini,Diego Sacchetti	2	P.IVA	X					https://www.facebook.com/RayBibbia/
Motorsport Gaming	2016	Roma	\	5 – 9	S.r.l.		X				http://motorsportgaming.com/index.html
NAEMO	2017	\	Francesco Lonatro	6	Hobbisti	X					http://naemogame.altervista.org/#home
NAPSteam	1993	Messina	Fabio Capone, Domenico Barba	8	P.IVA	X	X	X			http://www.napsteam.com/
Neko8Games	2015	Taranto	Michele Facecchia,Giuseppe Caforio,Andrew Pallotto,Silvia Fistetto	5	S.r.l.	X	X	X			http://neko8games.com/
Neotenia	2015	Milano	Claudio "Sumero" Lira,Sara Bianchini,Simone Pagani	5	S.r.l.	X	X				http://www.neotenia.org/Press/index.php
Neutronized	2010	Ancona	Gionathan Pesaresi	1+x	P.IVA		X		X		www.neutronized.com/
Nightly Build Game Studio	2017	Grosseto	Alessio Corridori	2	?				X		http://www.nbgstudio.com/it/index.php; https://www.facebook.com/nbgstudio/
Nurax Interactive	2016	\	Ilario Orlandi,Leonardo Madioni,Simone Neri,Targiom Aiogi	4	Hobbisti	X					http://nuraxinteractive.altervista.org/
Oblion Studio	2016	Santo Stefano Belbo (Cuneo)	Christian Piano	1	P.IVA	X					https://www.facebook.com/OblionStudio/
Octolab Games	2016	\	Matteo Baraldi,Gader Diozzi,Enrico Galavotti,Luca Talassi	4	S.r.l.s.	X					http://www.octolabgames.com/
Old School Pixels	2017	Salerno	Maurizio Tatafiore	1	P.IVA		X				http://www.oldschoolpixels.com/
Oniride	2014	Roma	Andrea Giansanti,Mitchell Broner Squire	11	S.r.l.	X	X			X	http://www.oniride.com/benvenuti
Onni Interactive	2015	Torino	Simone Bellon	1	Hobbista	X					http://onniinteractive.altervista.org/
Open Lab Games	2001	Firenze	Caterina Feroci	7	S.r.l.	X	X		X		https://www.open–

											lab.com/games/
Orange Team	2016	Terni	Davide Prestino	13	P.IVA	X					https://www.facebook.com/pg/CaptainBoneGame/about/?ref=page_internal
Ossocubo	2014	Milano	Luca Esposito,Francesco Pirini,Mattia Pirini,Alberto Congiu	4	P.IVA	X					http://www.ossocubo.com/
OutOfTheBit	2008	Londra	Ali Montisi,Alessia Pizzitola,Raffaele Brignone,Robi Montisi,Simon Haines,Rosalia Trupiano	6	Ltd	X	X				http://www.outofthebit.com/index.php
Ovosonico	2012	Varese	Massimo Guarini	15	S.r.l.	X		X			http://www.ovosonico.com/
Oyatsukai Games	2010	Tokio	Davide Pasca	1	LLC		X				http://oykgames.com/
P.M. Studios	2001	Bari	Fabio Belsanti,Luciano Iurino	10	S.r.l.	X	X		X		www.pmstudios.it
Pajamas Team	2014	Roma	Marco Malavasi, Antonio Nigro	2	P.IVA		X				http://www.pajamasteam.com/
Pallas Studios	2017	\		3	P.IVA	X					http://pallasstudios.com/
Panda Indie Studio	2014	\	Matteo Gonano	1	P.IVA	X					https://pandaindiestudio.wordpress.com/
PaNic MaMa	2017	Villafranca Terrena (Messina)	Sofia Marcantonio,Nicola Tarantino,Paolo Puglisi	4	Hobbisti	X					https://www.facebook.com/panicmamastudios/
Pastor Farian	2016	\	\	1	\	X					http://www.fsmgame.com/
Personeni, Giancarlo	2015	\	Giancarlo Personeni	1	Hobbista				X		http://www.oldgamesitalia.net/listaavventuretestuali/volonta–dei–morti
Picaresque Studio	2013	Torino	Michele Bedendo,Marco Mantoan,Daniele Monaco	10	S.r.l.	X					http://www.picaresquestudio.com/
PlaySafeGames	2016	Udine	\	1	P.IVA		X				http://www.playsafegames.it/?lang=it
Playsys	2007	Milano	Luca Deriu	11 – 50	S.r.l.	X	X			X	http://www.play–sys.com/
Polpetta Games	2012	Bologna	Viola Cannella,	5	Hobbisti		X				http://polpettagames.blogspot.it/
Pomettini, Giorgio	2010	Roma	Giorgio Pomettini	1	P.IVA		X				http://www.giorgiopomettini.eu/
Potato Killer Studios	2013	Torino	Luca Panero	20+	S.r.l.	X	X				https://potatokillerstudios.com/it
Profenix Studio	2006	Napoli	Fabio Di Paola	1	S.r.l.	X					http://www.profenix.com/eng/index.html
Proxy42	2012	San Francisco (USA)	Francesco Ferrazzino	6	Inc.		X			X	Father.io

Psychodev	2015	Salerno	Umberto Parisi,Amedeo Vasaturo	2	Hobbisti	X					http://chronicleofinnsmouth.com/it/
Purple Ocean	2010	Milano	Raffaele Mandese,Massimo Leonarda,Chiara Perniola,Eleonora Mandese	4	S.r.l.	X	X				http://evilseal.com/
Radica Design	2015	Bologna	Fabrizio Radica	1	Hobbista	X		X			http://www.radicadesign.com/phollia/
Radical Fiction	2016	\	Ivan Ostia	1	P.IVA	X					https://www.tempi–duri.net/en
Raven Travel Studios	2011	Torino	Paolo Cattaneo,Vincenzo Cuzzola	2+x	S.r.l.	X					http://www.castseven.com/
Raylight	2000	\	Francesco Paduano, Massimiliano Di Monda, Fausto Cardone	3+x	S.r.l.			X			http://www.raylightgames.com/
Real Game Machine	2016	Napoli	Mirko Scaricci,Alfonso Prota	4	S.r.l.	X		X		X	https://www.realgamemachine.com/
Red Koi Box	2017	Brescia	Fabio Greotti,Giovanni Ballerini	2	S.r.l.	X	X				https://www.redkoibox.it/
redBit Games	2013	Roma	Massimo Guareschi,Francesco Comi,Gabriele Achler,Francesco Forconi	20 – 30	S.r.l.		X				http://www.redbitgames.it/
Reddoll Games	2014	Roma	Andrea Bechini	5	S.r.l.	X	X	X		X	http://www.reddollgames.it/
RedEvo Games	2015	Siena	Silvia Recinai,	5	S.r.l.	X	X				http://redevogames.com/it/
Rimlight Studios	2014	Catania	Francesco Bizzini,Fabio Ilacqua	10	S.r.l.			X			http://www.rimlightstudios.com/
RisingPixel	2012	Las Palmas de Gran Canaria (Spagna)	\	10	SL (Spagna)	X	X				http://www.risingpixel.com/
RuneHeads	2017	Piacenza	Matteo Sciutteri,Cristian Marastoni	2	S.r.l.s.	X					http://www.runeheads.com/
Ryoku	2013	Napoli	Mirko Onorato	1	\	X					http://www.ryokuprojects.altervista.org/index.html
S & G Software	2003	Napoli	Silvio e Giuseppe Savarese	2	P.IVA	X					http://www.caprisaga.com/index.html
Santa Ragione	2010	Milano	Pietro Righi Riva, Nicolò Tedeschi	3	S.r.l.	X	X	X	X		http://www.santaragione.com/press/
Santa's Co.	2016	Reggio Emilia	Matteo Meloni + 1	2	P.IVA	X					http://www.santasco.com/
SDM Slot Machine Games	2011	\	Edoardo X,Mauro X	3	Hobbisti	X					http://fagiologions.altervista.org/index.html

Silent Bay Studios	2005	Genova	\	6	S.r.l.				X		http://www.silentbaystudios.com/home.php?lang=it
Sionera Entertainment	2016	Udine	Daniele Banovaz,Aretha Battistutta,Richard Novak	3	S.r.l.		X				http://sionera.com/
Smallthing	2010	Gorizia	\	2	?	X	X	X			http://smallthinggames.com/
Smoking Mirror	2016	Milano	\	5	S.r.l.	X					https://www.smoking–mirror.com/
Sorrentino, Gianluca	2017	\	Gianluca Sorrentino	1	Hobbista	X					https://gianlucasorrentino.itch.io/
Spaghetti Interactive	2012	\	\	?	S.r.l.		X				http://www.spaghetti–interactive.it/
SpinVector Games	2012	Benevento	Giovanni Caturano	14	S.p.a.		X			X	http://www.spinvector.com/
Starwork Game Creators	2013	\	Paolo Abela, Silvio Di Matteo, Giulia Loiacono, Alisia d'Amato	10	S.r.l.	X				X	http://www.starworkgc.com/
Ste's Project	2006	\	Stefano Mercadante	1	Hobbista	X					https://stesproject.com/
Stigma Studios	2014	Valenza (Alessandria)	Antonino Truisi	\	S.r.l.	X					https://www.stigmastudios.com/
Storm in a Tea Cup	2013	Roma	Carlo Ivo Alimo Bianchi,Sonia Tatti,Ivo Carrè	20	S.r.l.	X		X			http://www.stcware.com/
Stormborn Studio	2016	Trieste	Alejandro Castedo,Giacomo Lucchini,Marco Boncompagno,Giacomo Marini,Alvaro Franco	5	S.r.l.	X				X	http://stormbornstudio.com/
Stormind Games	2017	Acireale	\	\	S.r.l.	X		X			http://www.stormindgames.com/
Strange Beat Games	2014	Milano	Alessandro Montoli	5	S.r.l.			X			http://www.strangebeat.it
Studio Albatros	2015	Milano	Alberto Arosio,Salvo Liotta,Matteo Pozzi,Alessio Ambrosij,Elisa Ragazzini	5	S.r.l.s.	X					https://www.facebook.com/laika2.0/
Studio Clangore	2015	Monza	Paolo Mori	4	S.r.l.s.	X	X				http://www.studioclangore.com/
STUDIO EVIL	2011	Bologna	Luca Marchetti,Marco Di Timoteo,Christian Meneghini	8	S.r.l.	X	X				www.studioevil.com
Studio Oneiros	2015	Firenze	Giacomo Masi,Giulia Carli	2	P.IVA	X					https://www.facebook.com/DryDrowning/

StupidiPixel	2015	Milano	Fabio Taurisano,Antonio Nattila,Antonio Umberto Aramini,Simone Di Gravio,Michele Pirovano,Federico Tramonte,Alessio Marzoli	12	S.r.l.	X			X		http://www.stupidipixel.com/
Sunderika	2015	Padova	\	10	S.r.l.	X					https://www.facebook.com/sunderika/
Supermat	2013	Toscana	Matteo Nebbiai	1	\	X					https://www.indiexpo.net/it/users/SuperMat
Suppagumma	2014	Roma	Daniele Giardini ,Gaetano Leonardi	x	Collettivo	X			X		http://www.suppagumma.com/
Sylphe Labs	2013	Palermo	Luca Alba,Paolo Gallo,Filippo Vela	3	S.r.l.	X	X			X	http://www.sylphelabs.com/
Symmetrical	2016	Roma	Alessandro Senes, Fabrizio Terranova,	2 + x	S.r.l.	X				X	http://www.gatesofnowhere.com/
Syntactic Sugar	2017	\	Alessio Pianesani,Juri Farina,Vincenzo Lettera	5	Hobbisti		X				https://syntacticsugar.games/
Take Team	2016	\	Walter Marino,Beatrice Marini	6	Hobbisti	X					https://www.facebook.com/TakeTeamPage/
Tasinato, Andrea	2015	\	Andrea Tasinato	1	\	X					https://www.facebook.com/DevilInsideGame/
Team Cavallini	2017	Milano	\	4	Hobbisti	X			X		https://gamemafalda.wordpress.com/
The Fox Software	1994	\	Gianluca Troiano	1	S.r.l.	X	X	X			http://www.thefoxsoftware.com/
The White Room	2012	\	Fabio ,Erwin Melani,Samuel	3	Hobbisti	X			X		https://www.facebook.com/The–white–room–201035276699157/
Three Souls Interactive	2017	Lucca	Andrea Adamoli,Leonardo Caruso,Piero Mangini	6	S.r.l.	X					http://www.gralgame.com/ ; http://www.threesoulsinteractive.com/
TiconBlu	2003	Bologna	Ivan Venturi, Max Di Fraia	2+x	S.r.l.	X	X		X		http://www.ticonblu.it/
Tiny bull studios	2015	Torino	Matteo Lana, Rocco Luigi Tartaglia, Marco Farina, Arianna Ciardi	15	S.r.l.	X		X		X	http://www.tinybullstudios.com/
Tiny Colossus	2010	Madrid	Ciro Continisio	1+x	SL (Spagna)	X		X	X		http://www.tinycolossus.com/press/
Tiny Games	2014	Roma	\	\	S.r.l.		X				http://www.tinygames.it/

Tiny Pixel	2015	Milano	Stefano Emanuele Fiorentini,Aureliano Buonfino,Lorenzo Rizzoni	3	S.r.l.	X					http://www.tinypixel–studios.com/
TopWEB Studios	2014	\	\	4	P.IVA		X				http://www.topwebstudios.net/
Torbak Games	2009	Milano	Michele Agosteo	1	Hobbista	X	X		X		http://torbakgames.com/
Traverso, Mattia	2011	Roma	Mattia Traverso	1	P.IVA				X		https://www.mattia.design/
Trinity Team	2017	Bologna	Marco Agricola,Manuel Labate,Gerardo Verna	7	S.r.l.s.	X					http://www.trinityteamgames.com/
Troglobytes Games	2015	Bari	Luciano Iurino,Luca Eberhart,Nicola Loglisci,Saverio Caporusso	6	S.r.l.	X	X	X			http://www.troglobytesgames.com/
Tucano Team	2017	Pistoia	Lorenzo Biagini	1	Hobbista		X		X		https://www.facebook.com/TucanoTeam/
TwoDev–Studios	2017	Castelvetrano (Sicilia)	Alessio Signorino	1	\	X					https://www.indiexpo.net/it/users/TwoDev–Sensei
Ubisoft Milan	2001	Milano	Stefano Celentano, Davide Soliani	50	Sussidiaria	X		X			https://www.ubisoft.com
UNAgames	2006	Genova	Daniele Benegiamo,Erika Vespa	15	P.IVA		X				https://www.facebook.com/UNAgames/
United Lines Studio	2016	Distribuiti per l'Italia	Luciano Cicciarello,Daniela Coppola,Riccardo Fiorini,Simone Icardi,Angelo Peluso	5	Hobbisti	X					http://unitedlinesstudio.com/
Untold Games	2013	Genova	Fabio Casale,Elisa Di Lorenzo,Daniele Bernardini,Giacomo Zanghi,Flavio Parenti	5	S.r.l.	X		X		X	http://www.untoldgames.com/
Urkin	2014	Pesaro–Urbino	Giacomo Scarpellini,	2	S.r.l.		X				https://www.urkin.it/
Vae Victis Games	2007	Cesena	Antonio Moro	15	S.r.l.	X	X				http://vaevictis.it/
Vallarino, Marco	1998	Imperia	Marco Vallarino	1	Hobbista	X			X		https://www.marcovallarino.it/
Vanetti, Mauro	2014		Mauro Vanetti	1	Hobbista	X			X		https://itch.io/profile/maurovanetti
Vanth Studios	2017	Pisa	Gabriele Taddei,Agnese Toni,Elia Casule,Andrea Mantovani	4	Hobbisti	X					https://www.facebook.com/Vanth–Studios–1475723745835902/ ; http://www.svilupparty.it/project–tag/vanth–studios/
Virtew	2015	Udine	Saul Clemente	5	S.r.l.s.	X				X	http://www.wewereuv.com/

Virtual Craft Entertaiment	2010	Modena	Giovanni Cantele, Eugenio Gatto, Filippo Mussini	10	S.n.c.	X	X	X			http://www.virtualcraftstudio.com/
Wannabe–Studios	2013	Modena	Marco Piccinini	1 – 7	S.r.l.	X					http://www.wannabe–studios.com/
WarioPunk	2011	\	Pietro Turri	1	Hobbista				X		https://www.indiexpo.net/it/games/a–cat–s–night
We are Müesli	2011	Milano	Claudia Molinari, Matteo Pozzi	2	Hobbisti	X			X		http://www.wearemuesli.it/
We Were UV	2012	Milano	Umberto Maria Vollono,Giorgia Lezzi	2+x	S.r.l.	X					http://www.wewereuv.com/
WePassion	2014	Cernusco sul Naviglio (Milano)	Ivan Rosina	7	S.r.l.		X				http://www.wepassion.com/#games
WhatWapp Entertainment	2013	Milano	Alessandro Lacroce, Martina Gianfreda	11	S.r.l.		X				http://www.whatwapp.com/index
Widoki Games	2015–2016	Bergamo	Emanuele Tomassoni	5	S.r.l.		X				http://leganerd.com/2016/05/04/kiwi–jam–debutto–dellindie–widoki–games/
Wisdom Games	2016	Roma	Adriano Pace	9	?	X					https://www.thegamesmachine.it/wisdom–games/
Wisefool Studio	2013	Palermo	Gabriele Purpua	4	S.r.l.	X					http://www.wisefoolstudio.com/
Wolfrost	2015	\	\	1	\	X					https://www.indiexpo.net/it/games/serious–zeb
Xplored	2014	Rapallo	Davide Carofano,Davide Pelella	15	S.r.l.		X		X		http://www.xplored.com/2014/
Xteam Software Solutions	1999	Rovigo	Stefano Tamascelli,Ugo Ceciliato	6	S.r.l.s.	X	X	X			http://www.xteamsoftware.com/new/
Xtreme–LAb	2004	Genova	Gabriele Piccinino	1	P.IVA				X		http://www.xtreme–lab.net/it/index.htm
Ya2	2010	Roma	Flavio Calva,Luca Quartero	2	Hobbisti	X					http://www.ya2.it/
Yonder	2013	Roma	Francesca Zacchia,Peppe Marano,Giuseppe Mancini,Valerio Immordino,Radghiv Borward	5	S.r.l.	X					http://www.fromyonder.net/
YumeGears	2015	Varese	Roberto Scarciello,Simone Monti	3	P.IVA		X				https://www.yumegears.com/
z4g0	1997	Bologna	Fabrizio Zagaglia	1	P.IVA	X					http://www.z4g0.info/index.php?path=games/z4g0
Zenko Games	2016	Padova	Alessandro Pedron,Alessio Rizzo,Andrea Bettin,Isabella Foffi	4	S.r.l.		X			X	http://zenkogames.com/
Zucconi, Alan	2010	Londra	Alan Zucconi	1	LTD	X		X			https://www.alanzucconi.com/

APPENDICE B – Videogiochi prodotti (2014–2017)

I videogiochi qui raccolti sono suddivi per piattaforma principale, genere (basandosi sulle meccaniche primarie), stili estetici, engine di sviluppo. Le fonti sono gli store online per le piattaforme PC, mobile e console, i siti ufficiali delle software house, le riviste cartacee e online, la partecipazione ad eventi dedicati, la frequentazione di alcuni sviluppatori e software house. Dove le informazioni si rivelano dubbie, si è preferito non indicare nulla.

Questo database vuole essere un primo tentativo di raccolta dei videogiochi italiani rilasciati tra il 2014 e il 2017: non pretende di essere completo, ma di fornire una base per ulteriori studi.

TITOLO	ANNO	SVILUPPATORE	PUBLISHER	PIATTAFORMA	VR	GENERE	ESTETICA		ENGINE
							Visual Style	Dim.	
100 Levels – Impossible Game	2015	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Azione	Astratto	2D	
200 Nights & Days	2015	Mimilab	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
2048	2014	Gabriele Cirulli	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
3 Lucky Stars	2016	Mauro Vanetti/Simona Maiorano	Auto	Multi		Puzzle	Astratto	2D	Unity
A Bell's Toll	2017	Mauro Vanetti (e alt.)	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	Unity
A Bloody Night	2017	Emanuele Leoncilli	Auto	PC		Platform	Stilizzato	2D	Game Maker
A Few Small Things	2016	Fede Makes Games	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Unity
A Ghost in the Static	2016	Maggese	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	3D	Unity
A Little Anti–Fa Story	2017	Mauro Vanetti	Auto	Browser		Avventura	Stilizzato	\	Unity
A Matter of Caos	2015	Expera Game Studio	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Unity
A Matter of Time	2015	Expera Game Studio	Auto	Browser		Avventura	Stilizzato	2D	Unity
A Short History of the Gaze	2017	Molleindustria	Auto	PC	X	Sperimentale	Stilizzato	3D	Unity
A Storm is approaching	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Testo	\	
A Tale of Caos: Overture	2016	Expera Game Studio	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	RPG Maker
A Tale of Pirates	2017	Studio Clangore	Cranio Creations	Mobile		Strategia	Stilizzato	2D	Unreal
ABC Gurus	2014	Colto	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Abstract Arena	2017	Credici	Auto	PC		Azione	Astratto	2D	RPG Maker
Active Soccer 2	2015	The Fox Software	Auto	Multi		Sport	Stilizzato	2D	
Active Soccer 2 DX	2016	The Fox Software	Auto	Multi		Sport	Stilizzato	2D	
Ajax Boat	2016	Torbak Games	Auto	Browser		Azione	Astratto	2D	
Akuma No Gakko	2017	Montironi Games	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	RPG Maker

Albedo: Eyes from Outer Space	2014	z4g0	IV Produzioni	Multi		Avventura	Fotorealismo	3D	Unity
ALEPH	2016	Expera Game Studio	Auto	Browser		Altro	Astratto	2D	Unity
Alien Garden	2014	Balzo	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
All Right – Line Up!	2015	Tiny Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
All–Star Fruit Racing	2017	3DClouds	PQube Limited	Multi		Sport	Stilizzato	3D	Unreal
Amazeness – Survive the Maze	2015	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Amazing Princess Sarah	2014	Haruneko	ID@XBox	Multi		Platform	Stilizzato	2D	RPG Maker
Anacronismo	2016	Belboz Underhill	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform
Ancient Tower War	2016	MNZ Software	Auto	Mobile		Strategico	Stilizzato	2D	
Animals in Space	2015	Melazeta	MPG Ferrero	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	Corona 2D
Another Brain Circle Desert	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Sperimentale	Stilizzato	2D	
Anthropocene	2017	Alex Camilleri (et alt.)	Auto	PC		Strategico	Stilizzato	2D	Game Maker
Appen Doc McStuffins	2015	Melazeta	Auto	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	Corona 2D
Arboreity	2016	Maggese	Auto	PC		Sperimentale	Stilizzato	3D	Unreal
Archaeologist: Deep Blue	2016	Bytwice	MagisterApp	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	Unity
Archaeologist: Egypt	2015	Bytwice	MagisterApp	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	Unity
Art Gurus	2015	Colto	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Artusi Cooking Time	2015	Spin Vector	Treccani	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Assetto Corsa	2014	Kunos Simulazioni	505 Games	Multi		Sport	Fotorealismo	3D	Unreal
Athletic Animals	2015	Melazeta	MPG Ferrero	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	Corona 2D
Atomine	2017	Broken Arms Games	Auto/Mixed Bag	Multi		Azione	Stilizzato	3D	
Audio Moto Championship	2017	Bolopix	Ass. Audiogames	Multi		Sport	Fotorealismo	3D	
Audio Rally Racing	2015	IV Produzioni	Auto	Multi		Sport	Fotorealismo	3D	
AudioSpeed	2014	TiconBlu	IV Produzioni	Multi		Sport	Stilizzato	2D	
Avoid ZX	2014	48th Studio	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Back To Back	2015	BiStudio	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
Back To Home	2016	Curiosity Kill The Cat	Xsightco LLC	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
Bash Box	2016	LEAF Games	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
Battle Ants	2015	Torbak Games	Auto	Mobile		Strategico	Testo	\	
Battle Ninja Clicker	2015	WePassion	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	

Beach Volleyball Over The Net 2017	2016	Dardari Multimedia	Auto	Mobile		Sport	Stilizzato	3D	
Beaton Pusher City	2016	Montironi Games	Auto	PC		Avventura	Stilizato	2D	RPG Maker
Belpaese – Homecoming	2017	Fazz Brothers	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	AGS
Better Than The Rest	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	
Birthday Factory	2017	Bytwice	MagisterApp	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Black Viper: Sophia's Fate	2014	IV Produzioni	IV Produzioni	Multi		Avventura	Fotorealismo	2D	Unity
Bladesque	2014	Suppagumma	Auto	Browser		Azione	Stilizzato	3D	Unity
Blind Gladiator	2016	IV Produzioni	Auto	PC		Azione	Fotorealismo	3D	
Blockstorm	2014	GhostShark Games	IndieGala	PC		Azione	Stilizzato	3D	Unreal
Bocce revolution	2015	Dysotek	Auto	PC		Sport	Fotorealismo	3D	Unreal
Bonseki	2015	Atrax Games	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Bored Ogre	2017	Frozen Pepper Studio	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	3D	
Boss Defiance	2017	Tiny Pixel	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Bouncy Ninja	2014	WePassion	Tiny Games	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Bouncy Ninja 2	2015	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Bowlink	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Testo	\	Inform
Boy and Girl	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Twine
Breaking Brix	2016	Bumblebee Studios HB	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Burger Bit	2015	Xplored	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Call of Salveenee – Alla ricerca dei marò	2014	Marco Alfieri (o Guzzo)	Auto	PC		Azione	Fotorealismo	3D	Unity
CapsRiders EuroSoccer	2016	3Go Games	Auto	PC		Sport	Stilizzato	2D	
Captive Mind	2016	2 Think	Corriere della Sera	Browser		Avventura	Testo	\	Twine
Car Crash 8 bit	2014	Broken Arms Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
CarDuo	2016	YumeGears	Auto	Mobile		Sport	Stilizzato	2D	
Cast of the Seven Godsends REDUX	2015	Raven Travel Studio	IV Produzioni /Merge Games	Multi		Platform	Stilizzato	2D	Unity
Castle of Card	2016	Frozen Pepper Studio	Auto	Mobile		Strategico	Fotorealismo	3D	
Catch The Bus	2016	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Catcher	2014	Chubby Pixel	Intesi Group S.p.a.	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
CAVE! CAVE! DEUS VIDET	2014	We Are Müesli	Auto	Multi		Avventura	Stilizzato	2D	Ren'Py
Cesura	2014	Matteo Nebbiai	Auto	PC		Avventura	Stilizato	2D	Game Maker
Chronicles of Innsmouth	2017	Psychodev	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	AGS
Code Blaster	2016	Expera Game Studio	Auto	Browser		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity

Coockie Clickers	2015	RedBit Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	Corona 2D
Cookie Clickers 2	2016	RedBit Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	Corona 2D
Cosmogonia	2016	Filippo Cicchella	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	Unity
Crazy Rainbow Rabbits	2015	Ste's Project	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	RPG Maker
Crime:1997	2014	Montironi Games	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	RPG Maker
CronoBoy – Viaggiatore del tempo	2016	Roberto Marcarini	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform
Cruel Arena	2015	Panda Indie Studio	New Reality Games	PC		Platform	Stilizzato	2D	Game Maker
Crumbling Construction, Inc.	2017	Mauro Vanetti (e alt.)	Auto	Browser		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
Cucinerò	2015	Xteam Software	Expo 2015	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Cuts – The Game	2017	Mauro Vanetti (e alt.)	Auto	Browser		Strategico	testo	\	Unity
Cyber	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	
Cyclus	2016	Creek.games	Tiny Games	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Dandelion Puff	2015	Pajamas Team	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	Unity
Dear Carmen	2016	Fede Makes Games	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	3D	Unity
Dengen Chronicles	2014	Mangatar	Auto	Browser		Strategico	Stilizzato	2D	
Devil Inside	2016	Andrea Tasinato	Auto	PC		RPG	Stilizzato	2D	RPG Maker
Die Young	2017	IndieGala	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	3D	Unreal 4
Dietro l'Angolo	2016	Paolo Lucchesi	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform
DinoSystem	2015	CapriBytes Studio	Black Shell Media	PC		Strategico	Stilizzato	2D	Unity
Dirty Farm	2015	Bytwice	MagisterApp	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	Unity
Disegna e colora	2015	Melazeta	Auto	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	
Doc Apocalypse	2017	Midian Design	Screen7	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	Unity
Donka Donka	2016	Neko8 Games	Auto	Mobile		Avventura	Stilizzato	2D	Ren'py
Don't Make Love	2017	Maggese	Auto	PC		Sperimentale	Stilizzato	2D	Unreal 4
Doom & Destiny Advanced	2015	Heartbit Interactive	Auto	Multi		RPG	Stilizzato	2D	RPG Maker
Downward	2017	Caracal Games	IndieGala	PC		Platform	Fotorealismo	3D	Unreal 4
DroneGP	2015	Frozen Pepper Studio	Auto	Mobile		Sport	Fotorealismo	3D	Unreal
Drop Wizard	2015	Neutronized	Auto	Browser		Azione	Stilizzato	2D	
Drop Wizard Tower	2017	Neutronized	Nitrome	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Dungeon Park Heroes	2017	Chestnut Games	Auto	Mobile		RPG	Stilizzato	2D	Unity
Eastern Browncloster	2017	Ryoku	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	RPG Maker

Eden Glosbe	2015	Ste’s Project	Auto	PC		RPG	Stilizzato	2D	RPG Maker
Edge Guardian	2016	Hypothermic Games	Auto	PC	X	Azione	Stilizzato	3D	Unreal 4
Egyxos – Labyrinth Run	2015	GhostShark Games	DeAgostini Editore	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Ekranoplan: Soviet Monsters	2016	Santa’s Co.	IV Produzioni	PC		Azione	Fotorealismo	3D	Unity
El Inmortal	2014	Maggese	Auto	Browser		Serious	Stilizzato	2D	
Electro Beat	2016	LEAF Games	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	Unity
Eli Explorer	2014	Colto	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Elys	2017	Ryoku	Auto	PC		Avventura	Stilizato	2D	RPG Maker
Empires Apart	2018	DESTINYBit	Auto	PC		Strategico	Stilizzato	2D	Unreal
enCircled	2017	Old School Pixels	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	Unity
Endless Boss Fight	2014	White Milk Games	Auto	Multi		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Endless Drive	2017	Frozen Pepper Studio	Auto	Mobile		Sport	Fotorealismo	3D	Unreal
Engines Override	2017	Frozen Pepper Studio	Auto	Mobile		Sport	Stilizzato	2D	
Enki – Fiat Tenebrae	2015	Storm In A Teacup	Soedesco	PC		Avventura	Fotorealismo	3D	Unreal 4
Eternal Pharaon	2016	Expera Game Studio	Auto	Browser		Strategico	Stilizzato	2D	Unity
EverHero – Wings of the Ever Hero	2017	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
EXO	2015	Urkin	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Fall of Light	2017	RuneHeads	1C Company	PC		Azione	Fotorealismo	3D	Unreal 4
Fallin Love	2014	Chestnut Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	Unity
Falling to Earth	2014	NAPS Team	Auto	Mobile		Azione	Fotorealismo	3D	
Fartocalypse	2014	ArticNet	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Fast Slide	2015	Bad Jokes Studio	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	Unity
Fearful Symmetry & The Cursed Prince	2017	Gamera Games	SOEDESCO	Multi		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
Feed The Fat	2017	WePassion	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Feudalism	2016	Imagimotion/IV Produzioni	Mergegames	PC		Strategico	Stilizzato	2D	Unity
Fireman Escape the Fire	2014	WePassion	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Five Minutes a Day	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Twine
Flappy Paper	2016	YumeGears	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Flarestar	2014	Sylphe Labs	IV Produzioni	PC		Azione	Stilizzato	2D	
Forma.8	2017	MixedBag	Auto	Multi		Azione	Stilizzato	2D	Unreal 4
FOTONICA	2014	Santa Ragione	Auto	Multi		Platform	Astratto	3D	Unity
Fury Roads Survivor	2016	101%	Tiny Games	Mobile		Azione	Stilizzato	2.5D	
Futuridium EP Delux	2014	MixedBag	Auto	Console		Azione	stilizzato	3D	Unity
Galaxy Wars Multiplayer	2014	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Galaxy Wars: Ice Empire	2014	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Game Dev Empire	2017	Looky Games	Tiny	Mobile		Strategico	Stilizzato	2D	

			Games						
Gates of Horizon	2014	Hex Keep	Auto	Multi		Strategico	Stilizzato	2D	
Geometry Cut	2016	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Gil's Lucid Dreams	2017	Oblion Studio	Auto	PC		Avventura	Fotorealis mo	3D	Unity
Giocomensa di Uga	2015	Melazeta	Auto	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	
Gladiators: Immortal Glory	2016	Reludo	Auto	Mobile		Strategico	Fotorealis mo	2D	Unity
Goat Turbo Attack	2016	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Azione	Stilizzato	3D	
Grand Mass Energy Jam	2017	Eternium Galaxy	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	Game Maker
Gridd: Retroenhanched	2016	Antab Studio	Kongregat e	Multi		Azione	Stilizzato	3D	Unreal
Gringochet	2015	Curiosity Kill The Cat	Auto	Browser		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Growen City	2016	Montironi Games	Auto	PC		Avventura	Stilizato	2D	RPG Maker
Guida per disabili	2014	Xteam Software	Auto	PC		Serious	Stilizzato	3D	
Hamurabi	2017	Quintadicopertina	Auto	PC		Avventura	Testo	\	Inform
Haunted Manor 2 – The Horror Behind the Mystery	2014	RedBit Games	Auto	Mobile		Avventura	Fotorealis mo	3D	
Heads Will Roll: Super Gravbowl	2015	Bumblebee Studios HB	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Heaven Forest VR	2016	Chubby Pixel	Auto	PC	X	Avventura	Fotorealis mo	3D	Unreal
Heaven Island VR	2015	Chubby Pixel	Auto	PC	X	Avventura	Fotorealis mo	3D	Unreal
Heroes of Normandie	2015	Cat Rabbit	Slitherin Ltd.	Multi		Strategico	Stilizzato	2D	Unreal
Hidden Pictures Puzzle	2017	Colto	HighLight s for Children	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Hidden Pictures Puzzle Town	2017	Colto	HighLight s for Children	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Hidden Treasure – Lost Island	2017	WePassion	Auto	Mobile		Avventura	Stilizzato	2D	
HighLights Monster Day	2016	Colto	HighLight s for Children	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
HighLights Shapes	2016	Colto	HighLight s for Children	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Hit That Color!	2015	Tiny Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
Hit The Teacher	2014	WePassion	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	Unreal
Houdini: The Grand Magus	2017	LifeLit Games	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	Game Maker
Hyperdrive Massacre	2015	34BigThings	Auto	Multi		Azione	Stilizzato	3D	Unreal 4
Icy	2015	Inner Void	Digital Tribe	PC		RPG	Stilizzato	2D	Unreal
If Winter Ends	2017	Maggese	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	
Il Benvenuto al Diavolo	2016	Davy Gi Zeta	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform

Il Covo dei Trafficanti	2016	E–Paper Adventures	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Pandor+
Il Mistero Di Villa Revoltella	2016	E–Paper Adventures	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Pandor+
Il Segreto dei Wilkinson	2016	Bonaventura Di Bello	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform
Il Segreto Di Castel Lupo	2016	FixABug	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform
I'm not even mad	2017	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Testo	\	Inform
Impossible Lines	2015	Tiny Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
In her spirit	2016	Maggese	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	3D	Unreal
In Memory of the Eternity	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	
In Verbis Virtus	2014	Indomitus Games	Auto	PC		Avventura	Fotorealis mo	3D	Unreal
Incubo nei Balcani	2017	E–Paper Adventures	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Pandor+
Infamous Gang Stars	2016	Blue Vessel Games	Auto	Browser		Strategico	Stilizzato	2D	HTML5
Infinite Canyon	2016	Frozen Pepper Studio	Auto	Mobile		Azione	Fotorealis mo	3D	Unreal
Inquisitor Audiogame Adventure	2014	TiconBlu	IV Produzioni	Multi		Avventura	Stilizzato	2D	
Inquisitor Audiogame Adventure 2	2014	TiconBlu	IV Produzioni	Multi		Avventura	Stilizzato	2D	
Inquisitor Audiogame Adventure 3	2014	TiconBlu	IV Produzioni	Multi		Avventura	Stilizzato	2D	
Inquisitor's Heartbeat	2014	RisingPixel	TiconBlu	PC		Azione	Stilizzato	3D	
Insane Decay of Mind – Il labirinto	2016	GoManga	IV Produzioni /Merge Games	PC	X	Avventura	Fotorealis mo	3D	Unity
Into the White	2016	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Iron Wings	2017	NAPS Team	Auto	PC		Azione	Fotorealis mo	3D	Unreal
Iunnuh 2 – La Maledizione che Viene dal Passato	2015	Aristide Torrelli	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	AWS 3 (proprietario)
Jake	2014	Bad Jokes Studio	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
Jelly Juice	2017	RedBit Games	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Joe Dever's Lone Wolf	2014	Forge Reply	Auto	Multi		RPG	Fotorealis mo	3D	Unreal
Just 11	2015	Tiny Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
Just Get 11 Kitten	2015	WePassion	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Kaboom Monster	2015	Broken Arms Games	Auto	Multi		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
Kambio Shamano	2016	Curiosity Killed The Cat	Auto	Browser		Strategico	Stilizzato	2D	Unity
KanoJaws	2015	RisingPixel	Auto	Browser		Avventura	Stilizzato	\	Ren'py
Keep Me Save in Europe	2016	OpenLab Games	Unione Europea	Multi		Strategico	Stilizzato	2D	
Kiwi Jam	2016	Widoki Games	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	
Knotmania	2016	2 Think	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	

KoLoKo	2015	Andrea Mercuri	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Koso & Piggy	2014	Xteam Software	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	3D	
Kudoku	2016	Just Funny Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
La volontà dei morti	2015	Giancarlo Personeni	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform
Laika 2.0	2017	Studio Albatros	Drink7 Studios	PC		Platform	Stilizzato	2D	Unity
Landit	2015	BitNine Studios	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Lantern	2016	Storm In A Teacup	1C Company	PC	X	Avventura	Stilizzato	3D	Unreal 4
Laurelian	2015	Mistical Interactive	Auto	PC		RPG	Stilizzato	2D	RPG Maker
Le Orme del Chisciano	2015	Giancarlo Personeni	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform
Legendary Knight	2015	NAPS Team	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
L'isola dei fumosi	2014	Melazeta	AIRC	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	Adobe AIR
Little Briar Rose	2016	Elf Games Works	Mangatar	Multi		Avventura	Stilizzato	2D	Game Maker
Live or Die	2015	Montironi Games	Auto	PC		Avventura	Stilizato	2D	RPG Maker
Loading Human – Chapter 1	2016	Untold Games	Maximum Games	Multi	X	Avventura	Fotorealismo	3D	Unreal 4
L'Occhio Purpureo	2016	E–Paper Adventures	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Pandor+
Luminous	2015	Pajamas Team	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Magic Carpet Nightmare	2015	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Mahjong Deluxe 3	2016	Raylight	EnsensaSoft	Multi		Puzzle	Astratto	2D	
Make Light	2017	Fede Makes Games	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	3D	Unity
Maria The Witch	2014	NAPS Team	Auto	Multi		Azione	Stilizzato	2D	
Martial Arts: Capoeira	2014	Twelve Games	Auto	PC		Picchiaduro	Fotorealismo	3D	Unity
Master of Alchemy: Vengeance Front	2014	DarkWave Studio	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Math Trivia	2016	MNZ Software	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	\	
Mayday! 2 – Terror in the Sky	2017	Reludo	Auto	Mobile		Azione	Fotorealismo	3D	Unity
Mediterranean Voidland	2014	Kurai	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	3D	Unity
Memoire En Code – Reissue	2016	Kalopsia Games	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Game Maker
Mexican Standoff	2016	Mauro Vanetti (e alt.)	Auto	Browser		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Mike's???	2014	Mistical Interactive	Auto	PC		RPG	Fotorealismo	2D	RPG Maker
Mind Sky	2015	BigBang Pixel	Auto	PC		Sport	Fotorealismo	3D	
Mind Unleashed	2016	Frost Earth Studio	IV Produzioni	PC	X	Azione	Fotorealismo	3D	Unity
Monkey Racing	2014	Drakkar Dev	Auto	Mobile		Sport	Stilizzato	3D	
Moon Landing	2017	YumeGears	Auto	Browser		Azione	Fotorealismo	2D	Unity
MOP: Operation Cleanup	2016	Raylight	EnsensaSoft	Multi		Platform	Stilizzato	2D	

Motorsport Master	2017	Motorsport Gaming	Auto	Mobile		Sport	Fotorealismo	2D	Unreal
Murasaki Baby	2014	Ovosonico	Sony	Console		Platform	Stilizzato	2D	Unreal
My Little Cook Kids Apps	2014	IV Produzioni	Auto	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	
My Zoo Vet Practice	2015	Raylight	Auto	Console		Casual	Stilizzato	3D	
MyRIDE Motorbike Challenge	2016	Broken Arms Games	Milestone	Mobile		Strategico	Fotorealismo		Unity
N.E.R.O. – Nothing Ever Remains Obscure	2015	Storm In A Teacup	Soedesco	Multi		Avventura	Stilizzato	3D	Unreal 4
Nel labirinto	2016	Sofia Abatangelo	Auto	Browser		Avventura	Testo	\	Twine
Nella The Princess Knight	2017	Colto	Nickelodeon	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Neon Assault	2014	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Nicolas Eymerich Inquisitore – Cap. 2: Il Villaggio	2014	Imagimotion/TiconBlu	Microids	PC		Avventura	Fotorealismo	3D	
NinjAh!	2016	BitNine Studios	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Nirvana Pilot Yume	2017	Dev9k	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	Misto	Unreal
NOcTHING	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Puzzle	Astratto	2D	
Nova Alea	2016	Molleindustria	Auto	PC		Strategico	Astratto	3D	Unity
nr.01	2015	RedBit Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
nr.02	2015	RedBit Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
Occultus: Mediterranean Cabal	2017	Sylphe Labs	Microids	Multi		Avventura	Fotorealismo	2D	Unreal
Ode to a Forgotten Tea	2017	Fede Makes Games	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	3D	Unity
Of Faith and Destiny	2016	Expera Game Studio	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Unity
Of Mice and Tiles	2016	Mauro Vanetti	Auto	Browser		Puzzle	Astratto	2D	Unity
Offshore Safety	2017	OpenLab Games	RSE	Mobile		Strategico	Astratto	2D	
Oki	2015	Artistic Minds	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	3D	
Once Upon a Tile	2015	We Are Müesli,Piero Polsinelli,Daniele Giardino		Multi		Puzzle	Stilizzato	2D	
Once Upon a Time	2017	Bruno Martiol Games	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	3D	
One Touch Jack – Mayan Temple	2017	TopWEB Studios	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	
OR	2014	Camagames Studio	Auto	Multi		Puzzle	Astratto	3D	
Orbitalis	2015	Alan Zucconi	Mastertronic	PC		Puzzle	Astratto	2D	Game Maker
Our Hero! Collection	2015	Ste's Project	Auto	PC		RPG	Stilizzato	2D	RPG Maker
Our Hero! ORIGINS	2014	Ste's Project	Auto	PC		RPG	Stilizzato	2D	RPG Maker
Our Place	2017	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	
Out of Bear	2017	CyberMachine Studios	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	Unity
OverVolt	2014	Interactive Project	Auto	Mobile		Sport	Stilizzato	3D	Unreal

Oz Orwell and the Exorcist	2016	Midian Design	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	2.5D	Unity
Pale Green and Grey	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Astratto	3D	
Perraw	2016	Oblion Studio	Auto	PC		Azione	Stilizzato	3D	Unity
Ping Pong VR	2016	Reddoll	IV Produzioni /Merge Games	Multi	X	Sport	Stilizzato	3D	Unity
Pink Paper Boat	2017	Sofia Abatangelo	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Ren'py
Pirate's Dice	2016	Just Funny Games	Auto	Mobile		Strategico	Stilizzato	2D	
Pizza Express	2015	Onni Interactive	Black Shell Media	PC		Strategico	Stilizzato	2D	GameMaker
Plain Escape	2017	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Planet Quest	2015	OutOfTheBit	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Planet Zoom 3D	2014	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Platform	Stilizzato	3D	Unity
Planton	2017	Camagames Studio	Auto	Mobile		Strategico	Stilizzato	2D	
Play	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	
Please Read Me	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	
Plith	2016	Ya2	Flying Interactive	PC		Puzzle	Astratto	2D	
Pocket Rush	2016	RedBit Games	Auto	Mobile		Sport	Stilizzato	2.5D	
Polaretti	2015	NAPS Team	Dolphin	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Pop Island	2014	NAPS Team	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Postman	2014	TopWEB Studios	Auto	Multi		Azione	Stilizzato	2D	
Potion Explosion	2017	Studio Clangore	Asmodee	Multi		Strategia	Stilizzato	2D	
Power$	2014	Xteam Software	Auto	Mobile		Strategico	Stilizzato	3D	
Princesa Mafalda	2017	Team Cavallini	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Pen'Py
Project Starship	2016	Panda Indie Studio	New Reality Games	PC		Azione	Stilizzato	2D	Game Maker
PROTOThYPE	2017	Monkey Tales	Auto	PC		Avventura	stilizzato	3D	Unity
Psychomancer	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Strategico	Stilizzato	2D	
Puff!	2015	LEAF Games	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Punk Ogre Escape	2014	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Platform	Stilizzato	3D	
Push! Just in Time	2016	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	
Quantum Party Crashers	2014	Suppagumma	Auto	Browser		Azione	Stilizzato	2D	
Quest for Enlightenment	2016	Pastor Farian	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	Game Maker
Quit The Game to Win	2017	Andrea Pignataro	Auto	PC		Puzzle	Astratto	2D	
Racecraft	2016	Vae Victis	Auto	PC	X	Sport	Fotorealismo	3D	Camilla
Radar Commander	2016	Frozen Pepper Studio	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Rage Hit	2015	Bad Jokes Studio	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	3D	Unity
Range Master: Sniper Academy	2016	Reludo	Auto	Mobile		Sport	Fotorealismo	2D	Unity
RC Plane 3	2016	Frozen Pepper Studio	Auto	Mobile		Azione	Fotorealismo	3D	Unreal

Reality Clash	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Puzzle	Astratto	2D	
Recycle: una golena da salvare	2014	Xteam Software	Comune di Ro (Ferrara)	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	
Red Death	2017	Panda Indie Studio	New Reality Games	PC		Azione	Stilizzato	2D	Game Maker
Red Rope: Don't Fall Behind	2016	Yonder	IndieGala	PC		Platform	Stilizzato	2D	Unreal
RedOut	2016	34BigThings	Auto	Multi	X	Azione	Stilizzato	3D	Unreal 4
Relive	2015	Studio Evil	Future of Health Award	PC		Serious	Stilizzato	3D	Unity
Reset 1–1	2016	Panda Indie Team	New Reality Games	PC		Platform	Stlizzato	2D	Game Maker
Retaliation: Enemy Mine	2016	Xteam Software	Auto	Multi		Strategico	Stilizzato	2D	
Retaliation: Path of War	2014	Xteam Software	Auto	Multi		Strategico	Stilizzato	2D	
Rift's Cave	2014	Frost Earth	Auto	PC	X	Avventura	Fotorealis mo	3D	Unity
Riot: Civil Unrest	2017	Leonard Melchiari/IV Produzioni	Merge Games	Multi		Strategico	Stilizzato	2D	Unity
RiseFall	2016	White Milk Games	Auto	PC		RPG	Stilizzato	2D	Unity
Ritual Cool	2016	Hypothermic Games	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Rocket Ball – Endless Jump	2016	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	
Rogue Quest: The Vault of the Lost Tyrant	2017	Expera Game Studio	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Unity
Roma Misteriosa – La Pietra Nascosta	2015	Pascal Tora	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Inform
Run of Mydan	2017	Virtew	Auto	PC	X	Azione	Stilizzato	3D	Unreal 4
Runimalz	2016	Xplored	505 Mobile	Mobile		Sport	Stilizzato	3D	Playbrid
Sabarat	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	
San Lorenzo	2016	Sofia Abatangelo	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Ren'py
Save the Shark	2014	Atrax Games	Auto	Browser		Serious	Stilizzato	2D	
SBK VR	2017	Digital Tales	Auto	Mobile		Sport	Fotorealis mo	3D	Unreal
SBK14	2014	Digital Tales	Auto	Mobile		Sport	Fotorealis mo	3D	Unreal
SBK15	2015	Digital Tales	Auto	Mobile		Sport	Fotorealis mo	3D	Unreal
SBK16	2016	Digital Tales	Auto	Mobile		Sport	Fotorealis mo	3D	Unreal
Sc0r3	2015	BiStudio	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	Unity
Senses High	2017	Gianluca Sorrentino	Auto	PC		Puzzle	Stilizzato	2D	
Serious Zeb	2015	Wolfrost	Auto	PC		Platform	Stilizato	2D	Game Maker
Shaolin Fury	2015	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Shape Gurus	2015	Colto	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
She Noire	2014	TiconBlu	IV Produzioni	Multi		Avventura	Stilizzato	2D	

Sheep Up!	2014	Bad Seed	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	3D	
Shopkins: Top Trumps	2015	Mangatar	Shopkins Toys	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Siheyu4n	2015	We Are Müesli	Auto	PC		Puzzle	Stilizzato	2D	Ren’Py
Simple Racing 3	2016	MNZ Software	Auto	Mobile		Sport	Stilizzato	2D	
Slaps & Beans	2017	Trinity Team	Buddy Productions GmbH	PC		Picchiaduro	Stilizzato	2D	Unity
Sleep Attack	2014	Bad Seed	Auto	Multi		Strategico	Stilizzato	3D	
Sleepthrough	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	
Slybots: Frantic Zone	2016	Tiny Colossus	Mangatar	PC		Azione	Stilizzato	3D	Unity
Small Steps	2017	Fede Makes Games	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	Twine
Snack Peck	2015	Creek.games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	GameMaker
Something something soup something	2017	Stefano Gualeni	Auto	Browser		Puzzle	Stilizzato	3D	Unity
Song of Pan	2017	Balzo	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	
Space 8 Bit	2014	WePassion	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Space Encounter	2015	Bolopix	IV Produzioni	Multi		Azione	Fotorealismo	3D	
Space Max	2017	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Space Squids	2016	Bolopix	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Space Stunt	2014	YumeGears	Auto	Mobile		Azione	Fotorealismo	2D	Unity
Spaghetti Guns	2015	Pajamas Team	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Splashy Fish	2014	RedBit Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Spotty & Friends – Playground	2015	RedBit Games	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Spring Turtle	2016	WePassion	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	
Star Gurus	2015	Colto	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Starfield Battleship	2017	Ste’s Project	Auto	Browser		Azione	Stilizzato	2D	Unity
Stealth Labyrinth	2016	Reddoll	IV Produzioni	PC	X	Azione	Fotorealismo	3D	Unity
Still Time	2017	Alan Zucconi	Sony	Console		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
Suicide Guy	2017	Chubby Pixel	Auto	Multi		Puzzle	Stilizzato	3D	
Super Arcade Football	2016	OutOfTheBit	Auto	PC		Sport	Stilizzato	2D	
Super Botte&Bamba II Turbo	2016	Giochi Penosi	Auto	PC		Picchiaduro	Fotorealismo	2D	Mugen
Super Cane Magic Zero	2016	Studio Evil	Auto	PC		RPG	Stilizzato	2D	Unity
Super Cat Tales	2016	Neutronized	FDG Mobile Games GbR	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	
Super Robot Wars Z	2015	Brucewayne72	Auto	PC		Picchiaduro	Stilizzato	2D	Mugen
Super Space Swiper	2015	Pajamas Team	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	

SuperHero Jump!	2015	Broken Arms Games	Digital Bros.	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Sword of Sales	2015	ArticNet	Strategic Anarchy	Browser		Avventura	Testo	\	Twine
Sym	2015	Atrax Games	Mastertronic	PC		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
Tales	2016	Ape Marina	Screen 7	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Adventure Studio
Tales of Angelica	2015	Ryoku	Auto	PC		RPG	Stilizato	2D	RPG Maker
Tap Galaxy – Deep Space Mine	2016	Tiny Games	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Temple Saboteur	2016	Mauro Vanetti (e alt.)	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	Unity
That Spongy Thing On Your Tongue	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	
The Apotheosis Project	2014	Midian Design	Screen7	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	Unity
The Beggar's Ride	2015	Bad Seed	Auto	Mobile		Platform	Stilizzato	2D	Unreal
The Body Changer	2015	The Short and the Tall	Auto	PC		Azione	Stilizzato	3D	Ogre Engine
The Bounce Master	2016	LEAF Games	Auto	Mobile		Azione	Astratto	2D	Unity
The Call	2016	Alex Camilleri (et alt.)	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Game Maker
The Capri Connection	2014	S&G Software	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	\	
The Climate Memory	2016	GhostShark Games	Global Climate Change Alliance (UE)	Browser		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
The Corpse Behind the Window	2017	Andrea Pignataro	Auto	PC		Puzzle	Stilizzato	2D	
The Daily Clock	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	
The Dance of the Little Waterdrops	2016	Bytwice	MagisterApp	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	Unity
The Devil's Kingdom – Lord of Dragons	2014	Xteam Software	Auto	Mobile		Strategico	Stilizzato	3D	
The End of Warren's House	2017	Nightly Build Game Studio	Auto	Browser		Avventura	Stilizzato	2D	RPG Maker
The Fable of Gretel	2014	ImpaledJanus	Auto	PC		RPG	Stilizzato	2D	RPG Maker
The Fate of Alexis	2015	Ryoku	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	RPG Maker
The Game With The Unnecessary Long Title made by the creators of Boredom Simulator	2017	Maggese	Auto	PC		Sperimentale	Testo	\	
The Great Palermo	2016	We Are Müesli	Fondazione Telecom Italia	Multi		Avventura	Stilizzato	2D	Ren'Py
The Hair in the Wall	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	Unity

The Land of Pain	2017	Alessandro Guzzo Prod.	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	3D	CryEng
The Last Day of June	2017	Ovosonico	505 Games	Multi		Puzzle	Stilizzato	3D	Unreal
The Mars Trip	2014	Looky Games		Mobile		Platform	Stilizzato	2D	
The Monkey Pit Island	2017	WePassion	Auto	Mobile		Avventura	Stilizzato	2D	Unity
The NADI Project	2016	Monkey Tales	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	3D	Unity
The Platypus' Search	2015	Bytwice	MagisterApp	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	
The Right Labyrinth	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Azione	Astratto	3D	
The Town of Light	2016	LKA	Auto	Multi		Avventura	Fotorealismo	3D	Unity
The Warden	2016	Black Mist Studio	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	3D	Unity
The Wardrobe	2017	C.I.N.I.C. Games	Adventure Prod.	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Unity
The Waste Land	2014	Fledermaus	Auto	PC		Platform	Stilizzato	2D	Game Maker
The Winter Dragon	2015	Xplored	Auto	Mobile		Serious	Stilizzato	2D	
The Witness: Auschwitz	2017	101% – centounopercento	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	3D	Unreal 4
Theseus	2017	Forge Reply	Auto	Multi	X	Azione	Fotorealismo	3D	Unreal 4
Time Bomb Race	2016	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
TimesTap	2016	Tiny Games	Auto	Mobile		Puzzle	Astratto	2D	
TITANS: Dawn of Tribes	2017	34bigthings	IndieGala	PC		Azione	Stilizzato	3D	Unreal
To Build A Better Mousetrap	2014	Molleindustria	Auto	Browser		Serious	Stilizzato	2D	HTML5
Total Eclipse of your Wasteland	2016	Maggese	Auto	PC		Avventrua	Astratto	3D	
TrademarkVille	2014	Molleindustria	Auto	Facebook		Serious	Stilizzato	2D	
Triennale Game Collection	2016	Santa Ragione (a cura di)	Triennale di Milano	PC		Minigames	Misto	Misto	Misto
Turbo Revolution	2014	Interactive Project	Auto	Mobile		Sport	Stilizzato	3D	Unreal
Turret Fighters	2015	Just Funny Games	Auto	Mobile		Strategico	Fotorealismo	2D	
Two Interviews	2016	Mauro Vanetti	Auto	Multi		Avventura	Stilizzato	2D	Ren'Py
Tyler	2016	Illusionetwork	IndieGala	PC		Puzzle	Stilizzato	3D	Unreal
uBuzz	2015	Reddoll	Auto	Mobile		Strategico		2D	
Udine (Le ali spezzate)	2017	PlaySafeGames	Auto	Mobile		Avventura	Fotorealismo	\	Ren'py
UFHO2	2014	Tiny Colossus	Auto	Multi		Puzzle	Stilizzato	3D	
Ultimate Clicker	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Puzzle	Testo	\	
Under_score	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Fotorealismo	2D	
Unit 4	2017	Gamera Games	ID@XBox	Multi		Platform	Stilizzato	2D	Unity
Unplugged	2015	Looky Games	Tiny Games	Mobile		Azione	Astratto	2D	

Unseen: Fragments	2015	Andrea Mercuri	Auto	Mobile		Avventura	Fotorealismo	3D	
Unusual Suspects	2016	Studio Clangore	Cranio Creations	Mobile		Strategico	Stilizzato	2D	
Venti Mesi	2015	We Are Müesli	Coop Lombardia	PC		Avventura	Stilizzato	2D	Ren'Py
Victory: The Age of Racing	2016	Vae Victis	Auto	PC		Sport	Fotorealismo	3D	Unity
Virgo's Night	2015	Neko8 Games	Auto	Mobile		Puzzle	Stilizzato	2D	
Volvox	2015	Neotenia	Auto	PC		Puzzle	Stilizzato	2D	Unity
VRAsteroids	2016	Spin Vector	Auto	PC	X	Azione	Fotorealismo	2D	
Wack Attack	2015	KetchApp International	Auto	Mobile		Azione	Stilizzato	2D	
Wacky Spores: The Chase	2017	Lorenzo Bellincampi	Auto	PC		Strategico	Stilizzato	2D	Game Maker
Waking the Glares	2017	Wisefool Studio	Auto	PC	X	Avventura	Fotorealismo	3D	Unreal 4
Wapodem	2017	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	3D	
War Tech Fighters	2017	Drakkar Dev	GreenMan Gaming	PC		Azione	Fotorealismo	3D	Unity
Warzone!	2015	Reludo	Auto	Mobile		Azione	Fotorealismo	3D	
We'll Meet Again	2015	We Are Müesli	Auto	PC		Puzzle	Stilizzato	2D	Ren'Py
Wheels of Aurelia	2016	Santa Ragione	MixedBag	Multi		Avventura	Stilizzato	2.5D	Unity
Where?	2017	Eternium Galaxy	Auto	PC		Azione	Stilizzato	2D	
Why My Game is a Failure	2017	Mistical Interactive	Auto	PC		Puzzle	Stilizzato	2D	RPG Maker
Widemare	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Twine
Woodle Tree 2: Worlds	2016	Chubby Pixel	Auto	PC		Platform	Stilizzato	3D	Unity
World Boxing Challenge	2015	Reludo	Auto	Mobile		Sport	Fotorealismo	3D	
Yon Paradox	2016	Digital Mantis	IV Produzioni /Merge Games	PC	X	Puzzle	Stilizzato	3D	Unity
You Can't Go Back	2016	Maggese	Auto	PC		Sperimentale	Stilizzato	3D	Unreal
Your Blue Room	2016	Andrea Pignataro	Auto	PC		Avventura	Stilizzato	2D	
Zheros	2016	Rimlight Studios	ID@XBox	Multi		Azione	Stilizzato	2.5D	
Zigamus	2016	Marco Vallarino	Auto	PC		Avventura	Testo	2D	Twine
Zimbli41	2017	Eternium Galaxy	Auto	Multi		Azione	Stilizzato	2D	Game Maker

BIBLIOGRAFIA

AESVI, *I videogiochi in Italia nel 2016*, 11 maggio 2017. (http://www.aesvi.it/cms/view.php?cms_pk=2773&dir_pk=902)

AESVI, *I videogiochi in Italia nel 2017*, 19 aprile 2018. (http://www.aesvi.it/cms/attach/i_videogiochi_in_italia_nel_2017.pdf)

AESVI, *Primo censimento dei game developer italiani*, 1 ottobre 2012.

AESVI, *Terzo censimento dei Game Developer italiani 2016*, 22 novembre 2016. (http://www.aesvi.it/cms/view.php?dir_pk=902&cms_pk=2711)

Alinovi, Francesco, *Game Start! Strumenti per comprendere i videogiochi*, Springer, Milano, 2011.

Anthropy, Anna, *Rise of the Videogame Zinesters: How Freaks, Normals, Amateurs, Artists, Dreamers, Drop-outs, Queers, Housewives, and People Like You Are Taking Back an Art Form*, Seven Stories Press, 2012. [Edizione Kindle]

Auletta, Marco, *Panorama del software ludico nazionale. Ovvero interviste a Antonio Farina, Stefan Roda, Federico Croci,* in *Computer+Video Giochi Annuario 1992*, supplemento a *Computer+Video Giochi*, Gruppo Editoriale Jackson, n.11, dicembre 1991.

Bittanti, Matteo (a cura di), *Per una cultura dei videogames. Teorie e Prassi del videogiocare*, Unicopli, Milano, 2004.

Bolter, David Jay, Grusin, Richard, *Remediation. Understanding New Media*, The MIT Press, Cambridge, 1999.

Boym, Svetlana, *The Future of Nostalgia*, Basic Books, New York, 2001.

Bustamante, Enrique, *Cultural Industries in a Digital Age: Some Provisional Conclusions*, in *Media, Culture and Society*, n.26, 2004, pp. 803-820.

Cammarata Mario, *Gli effetti della normativa sul software. L'opinione dei produttori*, in *Mc-Micromputer*, Technimedia Editore, n.132, 1993.

Cara, Ellison, *Embed With Games: A Year on the Couch with Game Developers,* Polygon, 2015.

Commissione Europea, *Creative Europe - MEDIA - Development of European Video Games*. (https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/development-video-games_en)

Commissione Europea, *Creative Europe Projects Overview*, 10 settembre 2018. (http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/projects/ce-projects-compendium/)

Commissione Europea, *Creative Europe.* (https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/)

Commissione Europea, *EACEA 242/2017: Sostegno allo sviluppo di videogiochi europei*, 20 dicembre 2013 (GU L 347, pag. 221), rettifica del 27 giugno 2014 (GU L 189, pag. 260). (https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/call_notice_dev_vg_2018_it.pdf)

Commissione Europea, *EACEA/22/2016. Creative Europe - Media - Development - European Video Games. List of selected projects*. (https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/list_of_selected_projects_vg2017.pdf)

Davidson, Zachary, *A Look at Controversial Video Games*, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

Davis, Fred, *From yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*, in Olick Jeffrey K., Vinitzky-Seroussi, Vered, Levy Daniel (a cura di), *The Collective Memory Reader*, Oxford University Press, New York, 2011, pp.446-451.

Diver, Mike, *Indie Games: The Complete Introduction to Indie Gaming*, Michael O'Mara, 2015. [Edizione Kindle].

Donovan, Tristan, *Replay. The History of Video Games*, Yellow Ant, Lewes, East Sussex, 2010.

Egenfeldt-Nielsen, Simon, Smith, Jonas H., Tosca, Susana P., *Understanding Video Games*, Routledge, New York, Londra, 2008.

Farina, Alberto (a cura di), *I pirati in Italia*, in *Commodore Gazette*, IHT Gruppo Editoriale, n.6, settembre 1987.

Fassone, Riccardo, *Programmatori e pirati. I primi cinque anni del videogioco in Italia*, in biancoenero 585, Centro Sperimentale di Cinematografia, maggio-agosto 2016.

Ferrara, Fabio, *Alternative Videogames. Videogiochi pensati per non essere giochi*, Tesi di Laurea Triennale presso Accademia di Belle Arti di Brera, Dipartimento di Progettazione e Arti Applicate, Corso di Nuove Tecnologie per l'Arte, a.a. 2012/2013. (https://www.academia.edu/4403537/Alternative_Videogame_Videogiochi_pensati_per_non_essere_giochi).

Gandolfi Enrico, *Italy*, in Wolf Mark J.P. (a cura di), *Video Games Around the World*, MIT Press, Cambridge, MA, 2015, pp.305-318.

Garda, Maria B., Grabarczyk, Paweł, *Is Every Indie Game Independent? Towards the Concept of Independent Game*, in *Game Studies*, Vol.16(1), 2016. (http://gamestudies.org/1601/articles/gardagrabarczyk).

Garda, Maria B., *Nostalgia in Retro Game Design,* in *DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*, vol.7, agosto 2014.

Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, *DECRETO-LEGGE 18 ottobre 2012, n. 179. Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese*, 18 ottobre 2012. (http://www.gazzettaufficiale.it/moduli/DL_181012_179.pdf).

Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, *Legge n.220 - Disciplina del cinema e dell'audiovisivo*, 14 novembre 2016. (http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/11/26/16G00233/sg).

Goldberg, Daniel, Larsson, Linus (a cura di), *The State of Play: Creators and Critics on Video Game Culture*, Seven Stories Press, 2015, [Edizione Kindle].

Goldberg, Daniel, Larsson, Linus, *Minecraft: la storia di Markus "Notch" e del gioco che ha cambiato tutto*, Multiplayer Edizioni, 2015. Prima edizione originale 2012. [Edizione Kindle].

González-Piñero, Manel, *Redefining the Value Chain of the Video Games Industry 2017*, Knowledge Works - National Centre for Cultural Industries, Norvegia, 2017.

Governo della Repubblica Italiana, *Legge n.248. Nuove norme di tutela del diritto d'autore*, Gazzetta Ufficiale n. 206, 4 settembre 2000. (http://www.camera.it/parlam/leggi/00248l.htm).

Grace, Lindsay, *The Poetics of Game Design, Rhetoric and the Independent Game*, in *Proceedings of DiGRA Conference*, 2011. (http://www.digra.org/dl/db/11310.07353.pdf).

Graebsch, Roman, *The Indie Game*, MSc Thesis in Media Technology & Games, IT University of Copenhagen, Danimarca, 2013.

Guesdon, Maël, Le Guern, Philippe, *Retromania: Crisis of the Progressive Ideal and Pop Music Spectrality*, in Niemeyer, Katharina (a cura di), *Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future*, Palgrave Macmillan UK, 2014, pp.70-80. [Edizione del Kindle].

Guevara-Villalobos, Orlando, *Cultures of Independent Game Production: Examining the relationship between community and labour*, in *Proceedings of DiGRA Conference*, 2011. (http://www.digra.org/dl/db/11307.08157.pdf).

Haas, John, *A History of the Unity Game Engine*, Worcester Polytechnic Institute, 2014. (https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-030614-143124/unrestricted/Haas_IQP_Final.pdf).

Harris, Blake J., *Console Wars. La battaglia che ha segnato una generazione*, Multiplayer.it Edizioni (edizione italiana), 2015, [Edizione Kindle].

Hesmondhalgh, David, *The Cultural Industries*, SAGE Publications Ltd, Londra, 2013, [terza edizione].

Jahn-Sudmann, Andreas, *Innovation NOT Opposition: The Logic of Distinction of Independent Games*, in *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, Vol.2(1), 2008, pp.5-10. (http://www.eludamos.org/eludamos/index.php/eludamos/article/view/24/45).

Järvinen, Aki, *Gran Stylissimo: The Audiovisual Elements and Styles in Computer and Video Games*, in *Computer Games and Digital Cultures Conference Proceedings*, Tampere University Press, giugno 2002.

Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York, London, 2006.

Jeo, Mary, *Graphical Style in Video Games*, tesi universitaria, Häme University of Applied Sciences (HAMK), Hämeenlinna, Finlandia, primavera 2017.

Johns, Jennifer, *Video games production networks: Value capture, power relations and embeddedness*, in *Journal of Economic Geography*, vol.6(2), 2006, pp.151-180.

Jones, Candace, Anand, N., Alvarez, Josè Luis, *Manufactured Authenticity and Creative Voice*, in *Cultural Industries. Journal of Management Studies*, Vol.42(5), 2005, pp.893-899.

Juul, Jesper, *A Casual Revolution*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2010.

Juul, Jesper, *High-tech Low-tech Authenticity: The Creation of Independent Style at the Independent Games Festival*, in *Proceedings of the 9th International Conference on the Foundations of Digital Games*, 2014. (https://www.jesperjuul.net/text/independentstyle/independentstyle.pdf)

Kaplinsky, Raphael, Morris, Mike, *A Handbook for Value Chain Research*, IDRC, Ottawa, 2001. (https://www.researchgate.net/publication/42791981_A_Handbook_for_Value_Chain_Research).

Kent, Steven L., *The Ultimate History of Video Games*, Three Rivers Press, New York, 2001, [Edizione Kindle].

Kerr, Aphra, *Global Games: Production, Circulation and Policy in the Networked Era*, Taylor and Francis, 2017. [Edizione Kindle].

Kerr, Aphra, *The Business and Culture of Digital Games*, Sage Publications, Londra, 2006.

King, Geoffrey, *Il cinema indipendente americano*, Piccola Biblioteca Einaudi, 2006.

Kirkland, Ewan, *Discursively Constructing the Art of Silent Hill*, in *Games and Culture*, Vol. 5(3), 2010, pp.314-328. (https://doi.org/10.1177/1555412010364976).

Kline, Stephen, Dyer-Witheford, Nick, Peuter, Greig de, *Digital Play. The Interaction of Technology, Culture and Marketing*, McGill-Queen’s University Press, Montreal, 2003.

Koirikivi, Rainer, *The architecture and evolution of computer game engines*, B.Sc Thesis, Department of Information Processing Sciences, University of Oulu, Finlandia, marzo 2015. (http://jultika.oulu.fi/files/nbnfioulu-201512112292.pdf).

Krushner, David, *Masters of Doom: How Two Guys Created an Empire and Transformed Pop Culture*, Random House, New York, 2003, [Edizione Kindle].

Kücklich, Julian, *Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry*, in Neilson, Brett, Rossiter, Ned (eds.), *Precarious Labour*, Fibre Culture Journal, n.5, dicembre 2005. (http://journal.fibreculture.org/issue5/kucklich_print.html).

Lipkin, Nadav, *Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation*, in *Loading - The Journal of the Canadian Games Studies Association*, Vol. 7(11), 2013, pp.8-24. (http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/download/122/149).

Manovich, Lev, *The Language of New Media*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2001. [Edizione Kindle].

Martin, Chase Bowen, Deuze, Mark, *The Independent Production of Culture: A Digital Games Case Study*, in *Games and Culture*, Vol. 4(3), giugno 2009, pp. 276-295. (http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1555412009339732).

MIBACT, *Disposizioni applicative in materia di credito di imposta per le imprese di produzione di videogiochi*, Decreto attuativo n.360, Capo 2, art.6, comma 3, lettera c, 8 luglio 2017. (http://www.anica.it/allegati/DECRETI_ATTUATIVI_Legge_n220_2016/D.I.%20MIBACT%20MEF%204%20AGOSTO%202017%20REP.%20360-videogiochi.pdf).

Miccoli Maurizio, *Arscom*, in *Video Giochi*, n.44, aprile 1987.

Ministero per i Beni e le Attività Culturali, *Bandi nuova Legge Cinema*, 2018. (http://www.cinema.beniculturali.it/direzionegenerale/132/bandi-nuova-legge-cinema-e-audiovisivo/).

Mollick, Ethan, *The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study*, in *Journal of Business Venturing*, n.29, pp.1-16, 2014. (https://ac.els-cdn.com/S088390261300058X/1-s2.0-S088390261300058X-main.pdf?_tid=1a3f5fe8-f163-4330-8cab-dec015a253a2&acdnat=1538405143_6f6bfe579c59073f9781223a2d8e53d3).

Nealen, Andy, Saltsman, Adam, Boxerman, Eddie, *Towards minimalist game design*, in *Proceedings of the 6th International Conference on Foundations of Digital Games - FDG '11*, 2011, pp.38-45. (doi:10.1145/2159365.2159371).

Newman, James, *Best Before: Videogames, Supersessions and Obsolescence,* Routledge, London, New York, 2012.

Nieborg, David B., *Triple-A. The Political Economy of the Blockbuster Video Game*, PhD Thesis, University of Amsterdam, Amsterdam, Olanda, 2011. (https://www.researchgate.net/publication/241873369_Triple-A_the_political_economy_of_the_blockbuster_video_game).

Niedenthal, Simon, *What We Talk About When We Talk About Game Aesthetics*, in *DiGRA '09 - Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*, vol.5, settembre 2009.

Niemeyer, Katharina (a cura di), *Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future*, Palgrave Macmillan UK, 2014. [Edizione Kindle].

Nosenzo, Paolo*, Estetica e Storytelling negli Indie Game*, Laurea Magistrale, Università degli Studi di Torino - Discipline del Cinema, a.a.2014/15.

O'Donnell, Casey, *Developer's Dilemma: The Secret World of Videogame Creators*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2014. [Edizione Kindle].

Papale, Luca, *Estetica dei videogiochi. Percorsi, evoluzioni, ibridazioni*, UniversItalia, Roma, 2013.

Pecchinenda, Gianfranco, *Videogiochi e cultura della simulazione La nascita dell'homo game*, Laterza, Roma-Bari, 2014. [Edizione Kindle].

Postigo, Hector, *From Pong to Planet Quake: Post Industrial Transitions from Leisure to Work*, in *Information, Communication & Society*, Vol.6(4), 2003, pp.593-607.

Pwc, *Entertainment & Media Outlook in Italy 2018-2022*, settembre 2018.

Rabowsky, Brent, *Interactive Entertainment: A Videogame Industry Guide*, Radiosity Press, Ventura, California, 2010. [Edizione Kindle].

Raessens, Joost, Goldstein, Jeffrey (eds.), *Handbook of Computer Game Studies*, The MIT Press, Cambridge, Massachussets, 2011.

Ramadan, Rido, Widyani, Yani, *Game Development Life Cycle Guidelines*, ICACSIS - International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems 2013, settembre 2013. (https://www.researchgate.net/publication/271548605_Game_development_life_cycle_guidelines).

Redazione TGM, *Made in Italy… again!*, in *The Games Machine*, Edizioni Hobby, n.23, settembre 1990.

Reunanen, Markku, *Times of change in the Demoscene. A Creative Community and Its Relationship with Technology*, University of Turku - Turun yliopisto, Finlandia, febbraio 2017. (https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/130915/AnnalesB428Reunanen.pdf?sequence=2&isAllowed=y).

Ruffino, Paolo, *Narratives of independent production in video game culture*, in *Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association*, Vol.7(11), 2013, pp.106-121. (http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/120/155).

Salen, Katie, Zimmerman, Eric, *Rules of Play. Game Design Fundamentals*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2004.

Salvador, Mauro, *Il videogioco*, La Scuola, Brescia 2013. [Edizione Kindle].

Salvador, Mauro, Pellitteri, Marco, *Conoscere i videogiochi. Introduzione alla storia e alle teorie del videoludico*, Tunuè, Latina, 2014.

Seggio, Luca, *RIS - Delitti imperfetti*, in *The Game Machine*, n.234, maggio 2008, p.91. (https://archive.org/stream/the-games-machine-italia-234#page/n88/mode/1up).

Semprebene, Roberto, Viganò, Dario Edoardo, *Videogame: una piccola introduzione*, LUISS University Press, 2017. [Edizione Kindle].

Sheff, David, *Game Over. How Nintendo Conquered the World*, First Vintage Books Edition, New York, 1994. [Edizione Kindle].

Shino, Naoki, Ogasawara Nob, Major, Mik, *Sony PlayStation Expo '96*, GamePro, IDG Publishing, n.101, febbraio 1997, p.44. (https://archive.org/details/GamePro_Issue_101_Volume_09_Number_02_1997-02_IDG_Publishing_US/page/n45).

Sicart, Miguel, *Defining Game Mechanics*, in *Game Studies*, Vol.8(2), dicembre 2008. (http://gamestudies.org/0802/articles/sicart).

Simon, Bart. *Indie Eh? Some kind of Game Studies*, in *Loading… The Journal of the Canadian Game Studies Association*, Vol.7(11), 2013, pp.1-7. (http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/129/148).

Sloan, Robin J.S., *Nostalgia Videogames as Playable Game Criticism*, in *|G|A|M|E| - The Italian Journal of Game Studies*, n.5, 2016.

Sotamaa, Olli, *On modder labour, commodification of play, and mod competitions*, in *First Monday*, Vol.12(9), settembre 2007. (https://firstmonday.org/article/view/2006/1881)

Suominen, Jaakko, *Mario's legacy and Sonic's heritage: Replays and refunds of console gaming history*, in *DiGRA Nordic '12: Proceedings of 2012 International DiGRA Nordic Conference*, Vol.10, 2012, pp.11-13.

Suominen, Jaakko, *The Past as the Future? Nostalgia and Retrogaming in Digital Culture*, in *The Fiberculture Journal*, n.11, 2008. (http://eleven.fibreculturejournal.org/fcj-075-the-past-as-the-future-nostalgia-and-retrogaming-in-digital-culture/)

Thomas, David, Orland, Kyle, Steinberg, Scott, *The Videogame Style Guide and Reference Manual*, Power Play Publishing, 2007.

Triberti, Stefano, Argenton, Luca, *Psicologia dei videogiochi. Come i mondi virtuali influenzano mente e comportamento*, Apogeo Editore, 2015. [Edizione Kindle].

US Government, *United States Trade Representatives Special Report 2013*. (https://ustr.gov/sites/default/files/05012013%202013%20Special%20301%20Report.pdf)

US Government, *United States Trade Representatives Special Report 2014*. (https://ustr.gov/sites/default/files/USTR%202014%20Special%20301%20Report%20to%20Congress%20FINAL.pdf)

Venturi, Ivan, *Vita di videogiochi. Memorie (a 8 bit) di Ivan Venturi*, autopubblicato, Bologna, 2016.

Viola, Fabio, *Gamification*, Arduino Viola, 2010.

Whitson, Jennifer R., *The 'Console Ship is Sinking' and What this Means for Indies*, in *Loading… The Journal of the Canadian Game Studies Association*, Vol 7(11), 2013, pp.122-129. (http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/125/161)

Wilmore, Julie, *Dissecting the Video Game Engine and a Brief History*, Michigan State University, 2010. (https://juliewilmore.files.wordpress.com/2010/07/tc339finalpaper.pdf).

Wolf, Mark J.P., Perron, Bernard (a cura di), *The Video Game Theory Reader 2*, Routledge, 2008.

Wolf, Mark J.P., Perron, Bernard (a cura di), *The Video Game Theory Reader*, Routledge, 2003.

Wolf, Mark J.P., Perron, Bernard, *The Routledge Companion to Video Game Studies*, Routledge, 2014. [Edizione Kindle]

SITOGRAFIA

Tranne dove indicato, ogni sito è funzionante al 15 gennaio 2018.

505 Games, *About 505 Games*, 2018. (https://505games.com/about/).

A.A.V.V., *AGS - Adventure Game Studio. Il forum italiano*, 22 febbraio 2014. (http://www.oldgamesitalia.net/forum/index.php?showforum=254).

A.A.V.V., *Scratchware Manifesto*, Home of the Underdogs, 5 settembre 2000. (http://www.homeoftheunderdogs.net/scratch.php).

AESVI, *Intervista doppia ad Alessandro Bovenzi, European Development Account Manager, Third Party Relations, SCEE e Andrea Cuneo, Direttore Marketing SCEI, in occasione della prima PlayStation Italia Developers Conference*, 24 luglio 2013. (http://www.aesvi.it/cms/view.php?dir_pk=1204&cms_pk=2086).

AESVI, *Oltre 30 i videogiochi italiani presenti in Milan Games Week Indie*, 19 settembre 2016. (http://www.aesvi.it/cms/print.php?dir_pk=902&cms_pk=2681).

Aguiari, Damiana, *La strage di Ustica diventa un videogioco, serio*, RadioCittàdelCapo, 19 novembre 2015. (www.radiocittadelcapo.it/archives/la-strage-di-ustica-diventa-un-videogioco-serio-167795/)

AIV-Accademia Italiana Videogiochi, *Home Page*, 2018. (http://www.aiv01.it/IT).

Albano, Marco, *I 10 migliori giochi Made in Italy: The Waste Land [Episodio 9]*, Softonic.com, 29 settembre 2014. (https://it.softonic.com/articoli/migliori-giochi-italiani-the-waste-land)

AndreaP [nickname], *Intervista ad Antonio Farina*, Ready64.org, 29 novembre 2013. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/93/intervista-ad-antonio-farina)

Anonimo, *Le cassette pirata da edicola*, Edicola 8-Bit, [nessuna data]. (http://specialprogramsipe.altervista.org/pagina_dinamica.php?codice=informazioni_cassette_pirateria).

Anonimo, *P come Pirata*, in *Commodore Computer Club*, Systems Editoriale, n.34, settembre 1986.

Anonimo, *Storia delle cassette napoletane per Commodore 64*, [nessuna data]. (http://infogiochi.altervista.org/).

Antoniades, Tameem, *The Independent AAA Proposition*, GDC Europe 2014, talk. Trascrizione al link: https://www.hellblade.com/the-independent-aaa-proposition/.

AppBrain, *Free vs. paid Android apps*, 30 ottobre 2018. (http://www.appbrain.com/stats/free-and-paid-android-applications)

Apple Support, *Purchase and Activation*, 2018. (https://developer.apple.com/support/purchase-activation/)

Apple, *App Store Review Guidelines*, 2018. (https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines/)

Arace, Giuseppe, *Insidia: eroi, design e supporto post lancio del nuovo gioco di Bad Seed*, Everyeye.it, 11 marzo 2018. (https://www.everyeye.it/articoli/intervista-insidia-eroi-design-supporto-post-lancio-del-nuovo-gioco-bad-seed-37761.html)

Armikrog, *Armikrog,* Kickstarter, maggio 2013. (https://www.kickstarter.com/projects/armikrog/armikrog)

Artistic Minds, *Star Shift*, Kickstarter, dicembre 2016. (https://www.kickstarter.com/projects/artistic-minds/star-shift/description)

Ashcraft, Brian, *The Search for the Video Game Auteurs*, Kotaku, 22 febbraio 2010. (http://kotaku.com/5477174/the-search-for-the-video-game-auteurs)

Association of UK Interactive Entertainment, *The Games Industry in Numbers*, 2017. (https://ukie.org.uk/research)

Associazione IPID, *Luca Dalcò, LKA*, Svilupparty Beta, talk, 18 maggio 2018. Video al link: https://www.youtube.com/watch?v=OnVyx1aXTSo.

Associazione IPID, *Pietro Righi Riva, Santa Ragione*, Svilupparty 2018 Beta, talk, 18 maggio 2018. Video al link: https://www.youtube.com/watch?v=rlieGRtr-QM.

Associazione IPID, *Pietro Righi Riva, Santa Ragione*, Svilupparty 2018 Beta, talk, 18 maggio 2018. Video al link: https://www.youtube.com/watch?v=rlieGRtr-QM.

Audiweb Trends, *Sintesi e analisi dei risultati della Ricerca di Base sulla diffusione dell'online in Italia*, giugno 2017. (https://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2017/08/AudiwebTrends_giugno2017.compressed.pdf)

Bad Seed, *Sheep Up! Presskit*, 2014. (https://www.badseed.it/press/kit/sheet.php?p=sheep_up)

Barresi, Daniele, *Horror: il videogioco di genere tra cultura e territorio*, IVIPRO, 6 maggio 2017. (https://ivipro.it/it/speciale/the-land-of-horror-il-videogioco-di-genere-tra-cultura-e-territorio/)

Bartholow, Peter, *Indivisible - RPG from the Creators of Skullgirls*, IndieGogo, 5 dicembre 2015. (https://www.indiegogo.com/projects/indivisible-rpg-from-the-creators-of-skullgirls#/)

Batchelor, James, *Region Focus: Italy's Gaming Renaissance*, Develop-online.net, 27 ottobre 2014. (http://www.develop-online.net/analysis/region-focus-italy-s-gaming-renaissance/0199261)

Batchelor, James, *The Chaos of Democracy*, MCV, 7 luglio 2015. (https://www.mcvuk.com/development/the-chaos-of-democracy)

Bertoni, Roberto, *Intervista a Giorgio S., dalla Dynabyte con furore…*, OldGamesItalia.net, 5 gennaio 2011. (http://www.oldgamesitalia.net/interviste/intervista-giorgio-s-dalla-dynabyte-furore).

Bertoni, Roberto, *Intervista a Riccardo Cangini, a capo di Artematica, una delle SH italiane più famose*, OldGamesItalia.net, 23 luglio 2008. (http://www.oldgamesitalia.net/forum/index.php?showtopic=14414&mode=threaded&pid=191778)

Bidaux, Thomas, *Kickstarter in 2017 – In depth look at the Games category*, ICO Partners.com, 1 febbraio 2018. (http://icopartners.com/2018/02/kickstarter-2017-depth-look-games-category/).

Bittanti, Matteo, *Art Game: The Bosch Art Game*, Gamescenes, 19 settembre 2012. (https://www.gamescenes.org/2012/09/art-game-the-bosch-art-game.html).

Bittanti, Matteo, *Moral panics, bad journalism, videogames, and Italian melodrama*, Digital Youth Research, 19 novembre 2006. (http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/node/60.html).

Bush, Bettina, *Cangini l'artista dei videogiochi*, LaRepubblica.it, 24 marzo 2009. (http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2009/03/24/cangini-artista-dei-videogiochi.html).

Camera dei Deputati, *Disposizioni per lo sviluppo dei servizi elettronici e digitali (C. 4891 Gentiloni Silveri e C. 5093 Palmieri),* 10 luglio 2012. (http://leg16.camera.it/824?tipo=A&anno=2012&mese=07&giorno=10&view=&commissione=09#data.20120710.com09.allegati.all00010).

Camera dei Deputati, *Informativa urgente del Governo sulle iniziative volte ad impedire la vendita di videogiochi che stimolano la violenza,* resoconto stenografico della Seduta n. 71 del 14 novembre 2006. (http://leg15.camera.it/chiosco.asp?source=/organiparlamentariSM/241/4405/5340/documentotesto.ASP&position=Comunicazioni%20e%20informative%20urgenti%20del%20Governo&content=_dati/leg15/lavori/stenografici/sed071/s030.htm#Titolo32).

Campbell, Colin, *Sym explores social anxiety disorder through puzzles and platforms*, Polygon, 19 marzo 2015. (https://www.polygon.com/2015/3/19/8254449/sym-is-a-game-about-shyness-and-hiding-from-social-gaze).

Capelli, Eleonora, *Un videogioco per spiegare la strage di Ustica*, Repubblica.it, 18 novembre 2015. (http://bologna.repubblica.it/cronaca/2015/11/18/news/un_videogioco_per_spiegare_la_strage_di_ustica-127590456/).

Capitanio, Santolini, Luisa, *Intervento all'interrogazione parlamentare "Misure per contrastare le offese al sentimento religioso ed alle confessioni religiose"*, Seduta n. 179, resoconto stenografico dell'Assemblea, 28 giugno 2007. (http://www.camera.it/_dati/leg15/lavori/stenografici/sed179/s140.htm#STitolo22%2060).

Carboni, Nicolò, *Leader chiude definitivamente*, BadGames.it, 4 giugno 2012. (https://www.badgames.it/2012/06/04/leader-chiude-definitivamente/).

Cellini, Paolo, *Indiegala: è italiano il leader mondiale nella vendita di videogiochi "a pacchetto"*, Il Foglio, 21 maggio 2015. (https://www.ilfoglio.it/stand-up-start-up/2015/05/21/news/indiegala-e-italiano-il-leader-mondiale-nella-vendita-di-videogiochi-a-pacchetto-84040/?refresh_ce).

CINIC Games, Adventure Productions, *The Wardrobe*, Eppelà, novembre 2015. (https://www.eppela.com/it/projects/6173-the-wardrobe).

Comune di Sesto S. Giovanni*, "Oggi, 25 aprile 1945": storie, incontri e spettacoli per ricordare la Resistenza*, *Il portale del cittadino*, 12 aprile 2016. (http://www.sestosg.net/pls/portal30/COMUNICATI.DYN_VISUALIZZA_COMUNICATI_CMS.show?p_arg_names=id&p_arg_values=3028)

Corbetta, Mauro, *RUN – La prima rivista su cassetta*, The Retrogames Machine, 8 settembre 2014. (http://www.retrogamesmachine.com/2014/09/08/run-prima-rivista-cassetta/).

Corcoran, Leaf, *Running an Indie Game Store 2015*, itch.io blog, 25 luglio 2015. (https://itch.io/blog/2/running-an-indie-game-store-2015)

Corcoran, Nina, "*Armikrog": Inside the Modern Claymation Gaming Revival*, RollingStone, 28 agosto 2015. (https://www.rollingstone.com/culture/culture-news/armikrog-inside-the-modern-claymation-gaming-revival-67003/)

Costikyan, Greg, *Death to the Games Industry - Part I*, The Escapist, agosto 2005. (http://www.escapistmagazine.com/articles/view/video-games/issues/issue_8/50-Death-to-the-Games-Industry-Part-I).

Costikyan, Greg, *Death to the Games Industry - Part II*, The Escapist, settembre 2005. (https://v1.escapistmagazine.com/articles/view/video-games/issues/issue_9/55-Death-to-the-Games-Industry-Part-II).

Cozzi, Emilio, *Startup: Untold Games pronta al debutto su Playstation Vr ed è già a break even*, Il Sole 24 Or, 11 ottobre 2016. (https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2016-10-11/startup-untold-games-pronta-debutto-playstation-vr-ed-e-gia-break-even--125407.shtml?uuid=ADicOKEB)

Cozzi, Emilio, *Sviluppare videogiochi in Italia? Cinque storie dell'industria indipendente*, Il Sole 24 Ore, 22 dicembre 2016. (https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2016-11-21/tiny-bull-studios-blind-e-omen-extitio-plague--205436.shtml?uuid=ADYfLLzB&nmll=2707)

Curtel Games, *The Ballad Singer - Write your own fantasy story!*, Kickstarter, novembre 2017. (https://www.kickstarter.com/projects/curtelgames/the-ballad-singer-write-your-own-fantasy-story/description)

D'Amito, Alessandro, *Loot Boxes e microtransazioni nei videogiochi – Cosa ne pensano gli sviluppatori sulla questione?*, Nerdplanet.it, 5 dicembre 2017. (https://videogames.nerdplanet.it/loot-boxes-e-microtransazioni-nei-videogiochi-cosa-ne-pensano-gli-sviluppatori-sulla-questione/)

De Angelis, Diego, *Intervista a Ivan Venturi: dallo Svilupparty a Progetto Ustica* EveryEye.it, 23 maggio 2017. (https://www.everyeye.it/articoli/intervista-ivan-venturi-dallo-svilupparty-progetto-ustica-33535.html)

Digital Bros, *Chi siamo*, sito ufficiale, 2018. (http://www.digitalbros.com/la-storia/).

Digital Bros, *La storia*, sito ufficiale, 2018. (https://www.digitalbros.com/la-storia/).

Domenegoni, Francesca, *The Land of Pain – La storia di Alessandro Guzzo*, Natural Born Gamers, 25 ottobre 2017. (https://www.naturalborngamers.it/the-land-of-pain-la-storia-alessandro-guzzo-creatore-dellavventura-horror-lovecraftiana-uscita-poco-steam/)

Double Fine, *Double Fine Adventure*, Kickstarter, febbraio 2012. (https://www.kickstarter.com/projects/doublefine/double-fine-adventure)

Dresseno, Andrea (a cura di), *Progetto Ustica 35 anni dopo*. Cinefilia Ritrovata, 25 novembre 2015. (http://www.cinefiliaritrovata.it/progetto-ustica-35-anni-dopo/)

Edwards, Kate, *Creating games for global players. Considering localisation and culturalisation*, talk all'*IGDA Seattle: AltDev Student Summit*, 15 novembre 2012. (www.youtube.com/watch?v=HKh_qLiEd-0)

Edwards, Tim, *Kickstarter has raised an incredible amount of money for games: Numbers inside*, PCGamer.com, 7 marzo 2012. (https://www.pcgamer.com/kickstarter-has-raised-an-incredible-amount-of-money-for-games-numbers-inside/)

Epic Games, *Unreal Engine FAQ*. (https://www.unrealengine.com/en-US/faq)

ESA - Entertainment Software Association, *ESA Membership*. (http://www.theesa.com/about-esa/members/).

Fahey, Rob, *Trecision goes into liquidation*, GameIndustry.biz, 9 luglio 2003. (https://www.gamesindustry.biz/articles/trecision-goes-into-liquidation).

Fassone, Riccardo, *Italia '90: La Simulmondo e i fumetti*. PrismoMag, 6 settembre 2016. (http://www.prismomag.com/simulmondo-fumetti-videogiochi/).

Ferrari, Kevin, *Campus Party – Quello che abbiamo visto*, 17K Group.it, 24 luglio 2018. (https://17kgroup.it/tech/70233-campus-party-2018-la-nostra-esperienza/)

Footprint Games & Adventure Productions, *Detective Gallo*, Eppelà, novembre 2016. (https://www.eppela.com/it/projects/10838-detective-gallo)

Fossetti, Francesco, *Intervista Murasaki Baby - Intervista a Massimo Guarini*, Everyeye.it, 3 settembre 2013. (https://www.everyeye.it/articoli/intervista-murasaki-baby-intervista-a-massimo-guarini-20409.html)

Freeman, Will, *Game changers: Unity*, MCV, 16 settembre 2010. (https://www.mcvuk.com/development/game-changers-unity)

Frontier Developments, *Elite: Dangerous Campaign*, Kickstarter. https://www.kickstarter.com/projects/1461411552/elite-dangerous/description

Gamespot Staff, *Trecision Acquires Two Developers,* Gamespot.com, 26 aprile 2000. (https://www.gamespot.com/articles/trecision-acquires-two-developers/1100-2541805/)

Gaudenzi Sirotti, Andrea, *La tutela penale del software*, in *Diritto24 – Il Sole 24 Ore*, aprile 2008. (http://www.diritto24.ilsole24ore.com/fuoco/R2V0RG9jdW1lbnRCeUlk/OTQ5NTAxMSYxMyZzaXN0ZW1hU29jaWV0YQ/document.html?refresh_ce=1)

Gentili, Giovanni, *Intervista a Francesco Carlà*, UBC Fumetti, n. 65, 12 luglio 1999 (http://www.ubcfumetti.com/mag/videogiochi1.htm)

Giancipoli, Enrico, *Videogiochi, come ci si lavora in Italia?*. PuntoInformatico.it, 16 maggio 2008. http://punto-informatico.it/2288126/PI/Interviste/videogiochi-come-ci-si-lavora-italia.aspx

Google, *How to use the Play Console*, 2018. (https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/6112435?hl=en)

Grannell, Craig, *Apple's Stance on 'Adult' Apps Is Indefensible*, TechRadar, 23 febbraio 2010. (https://www.techradar.com/news/phone-and-communications/mobile-phones/apple-s-stance-on-adult-apps-is-indefensible-672642)

Grechi, Robert, *Intervista a Francesco Carlà: una vita per il Simulmondo*, Retrogaming Planet, 8 maggio 2012. (http://retrogamingplanet.it/intervista/intervista-a-francesco-carla-una-vita-per-il-simulmondo/)

Grechi, Robert, *Nippon Safes, Inc.*, Retrogaming Planet.it, 25 settembre 2011. (http://retrogamingplanet.it/recensioni-retrogames/amiga/nippon-safes-inc-amiga-pc-1992/)

Grechi, Roberto, *Intervista ai Dardari Bros: da Italy '90 Soccer a Over The Net ed oltre…*, Retrogaming Planet, 22 maggio 2017. (http://retrogamingplanet.it/intervista/intervista-ai-dardari-bros-da-italy-90-soccer-ad-over-the-net-ed-oltre/).

Guerini, Marco, *Videogiochi, L'industria del futuro che cresce anche in Italia*. Corriere della Sera, 26 febbraio 2016. (http://blog.corriereinnovazione.corriere.it/2016/02/26/videogiochi-industria-futuro/)

Guimaraes, Celia, *Tre amici e una startup di successo: ecco come è nato Splashy Fish*, RaiNews.it, 24 febbraio 2015. (http://www.rainews.it/dl/rainews/articoli/intervista-a-massimo-guareschi-creatore-del-gioco-splashy-fish-96b02832-e173-4424-a823-73bd752e02c8.html)

Hawkins, Dax, *Sponsored Feature: Xbox Live Community games*, Gamasutra, 5 novembre 2008. (http://www.gamasutra.com/view/feature/3840/sponsored_feature_xbox_live_.php)

Hoffman, Erin, *EA: The Human Story*, blog post, 11 novembre 2004. (https://ea-spouse.livejournal.com/274.html)

Horti, Samuel, *Minecraft had 74 million active players in December, a new record for the game*, PCGamer, 21 gennaio 2018. (https://www.pcgamer.com/minecraft-had-74-million-active-players-in-december-a-new-record-for-the-game/)

Hugel, Sarah, *Little Briar Rose: Intervista agli sviluppatori*, PixelFlood.it, 7 luglio 2014. (http://www.pixelflood.it/little-briar-rose-intervista-agli-sviluppatori/)

ICOPartners, *Steam Newsletter*, 2018. (http://icopartners.com/steam-newsletter/).

IGF - Independent Game Festival, *IGF Competition Rules*, 2018. (http://www.igf.com/igf-competition-rules).

IGF - Independent Game Festival, *Sito ufficiale*, 2018. (http://www.igf.com/).

IGF News, *2008 IGF Awards topped by* Crayon Physics Deluxe, 20 febbraio 2008. (http://www.igf.com/article/2008-igf-awards-topped-crayon-physics-deluxe).

Illud [nickname], *Xydonia: intervista agli sviluppatori*, Pixelflood, 28 maggio 2015. (http://www.pixelflood.it/xydonia-intervista-agli-sviluppatori/).

Independent Game Jam, *sito ufficiale*, 2018. (http://www.independentgamejam.com/).

IndieCade, *IndieCade - Mission*, 2012. (http://www.independentcade.com/about/mission/)

Inner Void, *That Day We Left - A narrative game about the refugee crisis*, Kickstarter, luglio 2016. (https://www.kickstarter.com/projects/1346867743/that-day-we-left-a-narrative-game-about-the-refuge?token=5b6e35ad)

Inner Void, *Zaharia, a fantasy RPG inspired by Middle Eastern world*, Kickstarter, febbraio 2014. (https://www.kickstarter.com/projects/199630513/zaharia)

Irwin, Mary Jane, *Indie game developers rise up*, Forbes, 20 novembre 2008. (http://www.forbes.com/2008/11/20/games-indie-developers-tech-ebiz-cx_mji_1120indiegames.html).

IUDAV, *Chi siamo*, sito ufficiale. (http://www.iudav.it/?)

IV Production, *Progetto Ustica - Volo IH 870*, Produzioni dal basso, gennaio 2016. (https://www.produzionidalbasso.com/project/progetto-ustica-volo-ih-870/)

Jones, Simon, *Interview with Darwinia Lead Developer - Chris Delay*, SFFWorld, 12 luglio 2006. (https://www.sffworld.com/mul/198p0.html)

Kickstarter, *Fees for Italy*, 2018. (https://www.kickstarter.com/help/fees?country=IT).

Kickstarter, *Kickstarter Stats*, 2 ottobre 2018. (https://www.kickstarter.com/help/stats)

KickStarter, *Loading Human Campaign*, maggio 2014. (https://www.kickstarter.com/projects/37135808/loading-human/description)

Koster, Raph, *The Cost of Games*, Ralph Koster's Website, 17 gennaio 2018. (https://www.raphkoster.com/2018/01/17/the-cost-of-games/#more-31691)

Kuchera, Ben, *Report: 7,672 games were released on Steam in 2017*, Polygon, 10 gennaio 2018. (https://www.polygon.com/2018/1/10/16873446/steam-release-dates-2017)

Leoni, Davide, *Digital Bros acquista gli sviluppatori di Assetto Corsa per 4.3 milioni di euro*, Everyeye.it, 21 gennaio 2017. (https://www.everyeye.it/notizie/digital-bros-acquista-gli-sviluppatori-assetto-corsa-per-4-3-milioni-euro-282781.html)

Lepido, Daniele, *Varese dice addio ai videogiochi*, Il Sole 24 Ore, 3 giugno 2012. (http://www.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2012-06-03/varese-dice-addio-videogiochi-081215.shtml?uuid=AbVAAZmF&refresh_ce=1)

Maderna, Andrea, *Terzo grado a Chris Charla di ID@Xbox: giochi indie, collaborazioni, amori personali e altro*, Outcast.it, 23 marzo 2018. (http://www.outcast.it/home/2018/3/23/terzo-grado-a-chris-charla-di-idxbox-giochi-indie-collaborazioni-amori-personali-e-altro)

Makuch, Eddie, *Activision Blizzard Becomes "Largest Game Network in the World" With Candy Crush Dev Buyout*, GameSpot.com, 23 febbraio 2016.

(https://www.gamespot.com/articles/activision-blizzard-becomes-largest-game-network-i/1100-6435014/)

Martin, Matt, *EA's Hilleman: Triple-A console studios reduced to 25 worldwide*, GameIndustry.biz, 4 luglio 2013.(https://www.gamesindustry.biz/articles/2013-07-04-eas-hilleman-triple-a-console-studios-reduced-to-25-worldwide)

Martini, Alessandro, *Avventure grafiche portatili: intervista ai 7th Sense*, Videogame.it, 16 gennaio 2001. (http://www.videogame.it/avventure-grafiche-portatili-intervista-gbc/1147/avventure-grafiche-portatili-intervista-ai-7th-sen.html)

Massasso, Maurizio, *Intervista alla GMM Entertainment,* OldGamesItalia.it, 2 marzo 2015. (http://www.oldgamesitalia.net/interviste/intervista-alla-gmm-entertainment). *Originariamente pubblicata il 15 luglio 2000 su GameProg.it (link non più funzionante)*

Massi cadenti [nickname], *Alga Soft nr. 10/88 A*, in *EdicolaC64 forum - Il Commodore 64 in Italia*, 18 marzo 2015. (http://www.edicolac64.com/public/smf/index.php?topic=2385.0)

Massi cadenti [nickname], *Alga Soft*, 10 aprile 2004. (http://massicadenti.altervista.org/algasoft.html)

Mazzega, Alessandro, *Hands on 0rbitalis*, EveryEye.it, 20 aprile 2014. (https://www.everyeye.it/articoli/hands-on-0rbitalis-22252.html).

McDonald, Emma, *The Global Games Market Will Reach $108.9 Billion in 2017 With Mobile Taking 42%,* Newzoo, 20 aprile 2017. (https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42/).

Miccoli, Maurizio, *Arscom*, in *Video Giochi*, Gruppo Editoriale Jackson, n.44, aprile 1987.

Miceli, Francesco, *Giochi Brutti - EP28 Lucignolo Bellavita*, Parliamo di videogiochi, 9 marzo 2013. (https://www.youtube.com/watch?v=EXCV8vkJSJU).
Miceli, Francesco, *Giochi brutti EP43 - Zero Comico*, Parliamo di videogiochi, 15 gennaio 2016. (https://www.youtube.com/watch?v=rU9n7ZfZYcc).

Microsoft, *Welcome to ID@XBOX*, Sito ufficiale Microsoft. (https://www.xbox.com/en-US/developers/id?xr=footnav).

Milestone, *Timeline 2002-2003*, sito ufficiale, 2018. (http://milestone.it/azienda/timeline/).

Minucci, Walter, *Electronic Arts contro Cto: e non per gioco*, Il Corriere della Sera, 7 luglio 2003. (https://web.archive.org/web/20151219114656/http://archiviostorico.corriere.it/2003/luglio/07/Electronic_Arts_contro_Cto_non_ce_0_030707297.shtml)

Modica, Manuela, *I videogame nati sullo Stretto e Messina finisce sulla Playstation*, LaRepubblica.it - Palermo, 21 dicembre 2016. (http://trovalavoro-palermo.blogautore.repubblica.it/2016/12/21/i-videogame-nati-sullo-stretto-e-messina-finisce-sulla-playstation/).

Moioli, Umberto, *Ritorno in patria*, Multiplayer.it, 12 novembre 2015. (https://multiplayer.it/articoli/158976-murasaki-baby-ritorno-in-patria.html)

Monokoma [nickname], *Mandrake: The Shadow of the Vehme*, Unseen64.net, 22 marzo 2009. (https://www.unseen64.net/2009/03/22/mandrake-the-shadow-of-the-vehme-gba-unreleased/)

Monokoma [nickname], *The Phantom: The Ghost Who Walks*, Unseen64.net, 2 aprile 2009. (https://www.unseen64.net/2009/04/02/the-phantom-the-ghost-who-walks-gba-unreleased/)

Musso, Gianluca, *Le produzioni italiane The Wardrobe e Detective Gallo in arrivo su Switch e PS4*, Eurogamer.it, 5 febbraio 2018. (https://www.eurogamer.it/articles/2018-02-05-news-videogiochi-le-produzioni-italiane-the-wardrobe-e-detective-gallo-in-arrivo-su-switch-e-ps4)

Naccarato, Paolo, *Intervento all'interrogazione parlamentare "Misure per contrastare le offese al sentimento religioso ed alle confessioni religiose"*, Seduta n. 179, resoconto stenografico dell'Assemblea, 28 giugno 2007. (http://www.camera.it/_dati/leg15/lavori/stenografici/sed179/s140.htm#STitolo22%2060)

Nayru [nickname], *The Wardrobe – Intervista con C.I.N.I.C. Games*, Team Nerd, 11 aprile 2017. (https://www.teamnerd.it/2017/04/the-wardrobe-intervista-a-c-i-n-i-c-games/)

Nelson, Al, *What does "AAA" mean in AAA title game?*, [risposta su forum *Quora*], 1 febbraio 2017. (https://www.quora.com/What-does-AAA-mean-in-AAA-title-game)

Newzoo, *The Italian Gamer 2017*, 30 giugno 2017. (https://newzoo.com/insights/infographics/the-italian-gamer-2017/).

OldGames Italia, *Home Page*, 2018. (http://www.oldgamesitalia.net/).

OpenLab, *About*, 2018. (https://www.open-lab.com/about/).

Ottaviano Silvia, de Grazia Luca M., *Diritto d'autore: commento a sentenza Corte di Cassazione n. 1204/99*, Diritto.it, [data non pervenuta]. (https://www.diritto.it/rubriche/diritto_di_internet/comm_sentenza1204_99.html).

Paolillo, Marcello, *Game In Italy - Adventure Productions: intervista ad Adriano Bizzoco*, VideoGamer Italia, 9 luglio 2017. (http://it.videogamer.com/2017/07/09/game-in-italy-adventure-planet-intervista-ad-adriano-bizzoco/)

Parkin, Simon, *Jonathan Blow: The Path to Braid*, Gamasutra, 12 settembre 2008. (http://www.gamasutra.com/view/feature/132180/jonathan_blow_the_path_to_braid.php?page=6)

Pedercini, Paolo, *Sia fatta la sua Volontè*, Blog Molleindustria, 30 giugno 2007. (http://www.molleindustria.org/node/90/)

Pedercini, Paolo, *Toward Independence*, IndieCade 2012, 2012. Trascrizione al link: http://www.molleindustria.org/blog/toward-independence-indiecade-2012-microtalk/

Pikkiomania [nickname], *Xydonia: Intervista a Breaking Bytes*, Giocagiuè.it, 21 luglio 2016. (http://www.giocagiue.it/2016/07/intervista-breaking-bytes-xydonia/)

Pilò, Salvatore, *The Wardrobe – Intervista agli sviluppatori*, ST Games, 18 novembre 2015. (https://stgames.it/2015/11/the-wardrobe-intervista-agli-sviluppatori/)

PM Studio, *Ecowarriors - Il progetto*, 2008. (https://www.ecowarriors.it/it/il-progetto.html).

PoliMI Game Collective, *Sito ufficiale*, 2012. (http://www.polimigamecollective.org/)

Polygon Staff, *The State of Games: State of Indies,* The Verge, 2012. (http://www.theverge.com/gaming/2012/7/3/3132109/the-state-of-games-state-of-independents)

Prince, Marcelo, Roth Peter, *Videogame Publishers Place Big Bets on Big-Budget Games*, Wall Street Journal, 21 dicembre 2004. (https://www.wsj.com/articles/SB110243451698593254)

Proxy42, *father.io: Massive Multiplayer Laser Tag*, IndieGogo, aprile 2016. (https://www.indiegogo.com/projects/father-io-massive-multiplayer-laser-tag#/)

Py [nickname], *Campus Party 2017 - Intervista a Unreal Vision*, Pixelflood.it, 19 luglio 2017. (http://www.pixelflood.it/campus-party-2017-intervista-a-unreal-vision/)

Py [nickname], *Campus Party 2017 - Intervista ad Antab Studio*, PixelFlood.it, 26 giugno 2017. (http://www.pixelflood.it/campus-party-2017-intervista-ad-antab-studio/)

Raffox [nickname], *Intervista a Stefan Roda*, Ready64.org, 26 dicembre 2008. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/7/intervista-a-stefan-roda)

Ramachandran, Nayan, *Opinion: Neo-retro movement or passing fad?*, in *Gamasutra*, 6 novembre 2008. (http://www.gamasutra.com/view/news/111786/Opinion_NeoRetro__Movement_Or_Passing_Fad.php).

Redazione Amiga Power, *Top 100*, Amiga Power*,* Future plc, n.64, agosto 1996.

Redazione Corriere di Bologna, *Madrigali, ultimo atto: prescrizione*, Il Corriere di Bologna, 21 gennaio 2012. (https://corrieredibologna.corriere.it/bologna/notizie/basket_city/2012/21-gennaio-2012/madrigali-ultimo-atto-prescrizione-1902955250615.shtml)

Redazione Eduesse, *Trecision: chiude lo sviluppatore italiano*, e-duesse.it, 8 luglio 2003. (http://www.e-duesse.it/News/Videogiochi/Trecision-chiude-lo-sviluppatore-italiano)

Redazione GameSurf, *Leader distribuirà EA*, GameSurf, 15 luglio 2003. (http://gamesurf.tiscali.it/news/leader-distribuira-ea-c17935.html)

Redazione Multiplayer.it, *Intervista a Pietro Montelatici, presidente di Trecision*, Multiplayer.it, 10 giugno 2002. (https://multiplayer.it/articoli/intervista-a-pietro-montelatici-presidente-di-trecision.html)

Redazione Wall Street Italia, *CTO: presto quotata al nuovo mercato di Milano*, Wall Street Italia, 9 maggio 2000. (http://www.wallstreetitalia.com/cto-presto-quotata-al-nuovo-mercato-di-milano/)

redBit Games, *About us*, 2018. (https://www.redbitgames.com/about-us/).

Reiser, Costanzo Colombo, *Breve storia del giornalismo videoludico italiano*, PrismoMag, 24 novembre 2015. (http://www.prismomag.com/riviste-di-videogiochi-in-italia/).

Remo, Chris, *In-Depth: Unity Launches Free Option, Announces Xbox 360 Support*, Gamasutra, 28 ottobre 2009. (http://www.gamasutra.com/php-bin/news_index.php?story=25840)

Reynaud, Max, *Graffiti - Interview*, The Games Machine, Xenia Edizioni, n.51, marzo 1993, p.120. (https://archive.org/stream/the-games-machine-italia-51#page/n119/mode/1up).

Roberto, [cognome non disponibile], *Intervista a Michele Di Pisa*, Ready64.org, 21 gennaio 2008. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/32/intervista-a-michele-di-pisa).

Roberto, [cognome non disponibile], *Intervista a Roberto Preantoni*, Ready64.org, 21 ottobre 2006. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/44/intervista-a-roberto-preatoni).

Roda, Stefan, *L'era dei geni*, Ready64.org, 28 novembre 2008. (http://ready64.org/articoli/leggi/idart/58/l-era-dei-geni-di-stefan-roda)

Roggero, Claudia, *Diritto d'Autore e Videogame: i videogiochi sono tutelati dalla legge sul diritto d'autore?*, Dandi.media, 1 giugno 2017. (https://www.dandi.media/2017/06/diritto-autore-videogame/)

Romano, Zoe, *Videogame indipendenti crescono, voci dall'Italia*. Digicult.it, 2013, (http://digicult.it/it/news/indie-videogames-are-going-big-some-voices-from-italy/)

Rossi, Fabio, *Genias, per un nuovo software italiano*, in *Commodore Gazette*, IHT Gruppo Editoriale, Anno V n. 3, maggio-luglio 1990.

Rossignol, Jim, *Unity3D For Free*, Rock Paper Shotgun, 28 ottobre 2009. (https://www.rockpapershotgun.com/2009/10/28/unity3d-for-free/)

Rutigliano, Giorgio, *Italian Crackdown, 21 anni dopo*, Il Tecnico Informatico [blog], 11 maggio 2015. (https://www.iltecnico.info/crackdown/)

Salatiello, Rosario, *Artematica - Breve Storia ed Intervista a Riccardo Cangini*, Multiplayer.it, 4 maggio 2007. (https://multiplayer.it/articoli/artematica-breve-storia-ed-intervista-a-riccardo-cangini.html)

Schuetz, Jordan, *Comparing Game Engines: Unity vs Unreal vs Corona vs GameMaker*, PubNub.com, 6 marzo 2018. (https://www.pubnub.com/blog/comparing-game-engines-unity-unreal-corona-gamemaker/)

Sharp, John, *Spacewar! Punk Rock and the Indie Dev Scene: A Semi-Secret Quasi-History of Our DIY Roots*, IndieCade East 2013, talk, 2013. (http://www.indiecade.com/2013/east_sessions/). Link non più attivo al gennaio 2019.

Simonetta, Biagio, *Digital Bros investe circa un milione e mezzo di euro in Ovosonico*, Il Sole 24 Ore, 15 settembre 2015. (http://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2015-09-15/digital-bros-investe-circa-milione-e-mezzo-euro-ovosonico-103359.shtml?uuid=AClK42x)

Sinclair, Brendan, *New IP is the future - Shadows of the Damned director*, GameSpot.com, 27 luglio 2011. (https://www.gamespot.com/articles/new-ip-is-the-future-shadows-of-the-damned-director/1100-6325068/)

Stanton, Rich, *Free Radical vs. the Monsters*, Eurogamer, 4 maggio 2012. (https://www.eurogamer.net/articles/2012-05-04-free-radical-vs-the-monsters)

Statista, *Average prices for apps in the Apple App Store as of September 2018 (in U.S. dollars)*, settembre 2018. (https://www.statista.com/statistics/267346/average-apple-app-store-price-app/)

Statista, *Leading mobile game titles worldwide in 2017, by revenue (in million U.S. dollars)*, 2018. (https://www.statista.com/statistics/505625/leading-mobile-games-by-global-revenue/)

Statista, *Mobile Internet - Statistics & Facts*, 2018. (https://www.statista.com/topics/779/mobile-internet/)

Statista, *Most popular Apple App Store categories in September 2018*, by share of available apps, settembre 2018. (https://www.statista.com/statistics/270291/popular-categories-in-the-app-store/).
Statista, *Most popular Google Play app store categories from 1st quarter 2016 to 2nd quarter 2018, by number of downloads (in millions)*, settembre 2018. (https://www.statista.com/statistics/256772/most-popular-app-categories-in-the-google-play-store/)

Steam, *Steam Direct*, 2018. (https://partner.steamgames.com/steamdirect)

SteamWorks, *Steam Workshop*, 2018. (https://partner.steamgames.com/doc/features/workshop)

Stern, Craig, *What makes a game independent: a universal definition*. Sinister Design, 22 agosto 2012. (http://sinisterdesign.net/what-makes-a-game-independent-a-universal-definition/)

Surano, Alberto, *Artistic Minds, la nostra intervista - "Meid" in Italy*, Cyberludus.com, 24 giugno 2016. (https://www.cyberludus.com/2016/06/artistic-minds-la-nostra-intervista-meid-in-italy/)

Surano, Alberto, *Ivan Venturi, la nostra intervista - "Meid" in Italy*, Cyberludus.com, 20 ottobre 2016. (https://www.cyberludus.com/2016/10/intervista-a-ivan-venturi-meid-in-italy/)

Tagliaferri, Simone, *Mondi incantati*, Multiplayer.it, 15 maggio 2015. (https://multiplayer.it/articoli/149858-blue-volta-mondi-incantati.html).

Terzano, Claudio, *I videogiochi rendono killer? Libero scatena la comunità italiana sui social*, The Next Tech, 29 agosto 2018. (https://thenexttech.startupitalia.eu/67728-20180829-videogiochi-killer-libero-jacksonville).

Tesio, Francesco, *DeadPixels: intervista ai vincitori della TIM#WCAP 2016*, GameSource.it, 6 marzo 2016. (https://www.gamesource.it/project_singularity/).

Thomsen, Michael, *How Limbo Came To Life*. IGN, settembre 2010. (http://www.ign.com/articles/2010/09/14/how-limbo-came-to-life).

Tong, Sophia, *Spot On: The Music of Braid*, Gamespot.com, 13 settembre 2008. (https://www.gamespot.com/articles/spot-on-the-music-of-braid/1100-6197644/).

Trinity Team, *Bud Spencer & Terence Hill - Slaps And Beans*, Kickstarter, ottobre 2016 (https://www.kickstarter.com/projects/1684041218/bud-spencer-and-terence-hill-slaps-and-beans/description).

U64 Staff, *Unseen Interview: Domenico Barba (Naps Team)*, Unseen64.net, 20 dicembre 2016. (https://www.unseen64.net/2016/12/20/interview-domenico-barba-naps-team/).

U64 Staff, *Unseen Interview: Massimiliano Di Monda (Raylight Studios)*, Unseen64.net, 14 dicembre 2016 (https://www.unseen64.net/2016/12/14/interview-massimiliano-dimonda-raylight-studios/).

Ullo, Edoardo, *Intervista a Gianluca Troiano per Active Soccer 2 DX*, Il Videogioco, 11 aprile 2016. (https://www.ilvideogioco.com/2016/04/11/intervista-a-gianluca-troiano-per-active-soccer-2-dx/).

Ullo, Edoardo, *Intervista a Mauro Salvador*, Il Videogioco, 3 novembre 2015. (http://www.ilvideogioco.com/2015/11/03/intervista-a-mauro-salvador-per-progetto-ustica/).

Ullo, Edoardo, *Intervista a Pietro Righi Riva di Santa Ragione per Wheels of Aurelia che fotografa l'Italia degli anni '70*, Il Videogioco.it, 11 dicembre 2016. (https://www.ilvideogioco.com/2016/12/11/intervista-a-pietro-righi-riva-di-santa-ragione-per-wheels-of-aurelia-che-fotografa-litalia-degli-anni-70/).

Ullo, Edoardo, *Intervista a Sylphe Labs, su Occultus, Steel Alive e futuro*, Il Videogioco.it, 15 dicembre 2017. (https://www.ilvideogioco.com/2017/12/15/intervista-sylphe-labs-occultus-steel-alive-futuro/).

Ullo, Edoardo, *Quattro chiacchiere con Studio Evil*, Il Videogioco.it, 16 ottobre 2016.

Uncommon Assembly, *Back to Reality: Norrland by Cactus*, Uncommon Assembly.com, 2010. (http://www.uncommonassembly.com/2010/08/back-to-reality-norrland-by-cactus/)

UNESCO, *Video Games for Peace and Sustainability*, 2018. (http://mgiep.unesco.org/article/video-games-for-peace-and-sustainability)

Unity, *Public Relations*, 2018. (https://unity3d.com/public-relations).

Unity, *Unity Store*, 2018. (https://store.unity.com/)

Uollo, Edoardo, *Quattro chiacchiere con Nathan Piperno sul futuro di Inner Void e Zaharia*, Il videogioco.it, 18 novembre 2014. (https://www.ilvideogioco.com/2014/11/18/chiacchiere-nathan-piperno-futuro-inner-void-zaharia/)

Van Ord, Kevin, *Neverending Nightmares: How OCD Inspired a Psychological Horror Breakthrough*, Gamespot.com, 5 settembre 2013. (https://www.gamespot.com/articles/neverending-nightmares-how-ocd-inspired-a-psychological-horror-breakthrough/1100-6414083/).

Venturi, Ivan, *About IV Productions*, 2012. (https://www.ivproductions.it/?page_id=2).

Venturi, Ivan, *I videogiochi di COLORS – Arti Multimediali/1*, Fare videogiochi. Appunti e memorie di Ivan Venturi, 14 marzo 2010.

(http://www.koalagames.it/koalaweb/pages/farevgblog/index.php/1994/92/i-videogiochi-di-colors-arti-multimediali1/).

Venturi, Ivan, *La fine della nostra Simulmondo*, Vite di videogiochi, 25 gennaio 2010. (http://www.koalagames.it/koalaweb/pages/farevgblog/index.php/1993/78/vita-di-videogiochi44-la-fine-della-nostra-simulmondo1/).

Ward, Jeff, *What is a Game Engine?*, Game Career Guide, 29 aprile 2008. (http://www.gamecareerguide.com/features/529/what_is_a_game_.php?page=2).

Wawro, Alex, *For Tim Sweeney, advancing Epic means racing into AR and VR*, Gamasutra, 1 marzo 2017. (http://www.gamasutra.com/view/news/292573/For_Tim_Sweeney_advancing_Epic_means_racing_into_AR_and_VR.php).

We Are Social, Hootsuite, *Digital in Italia 2018*, 29 gennaio 2018. (https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-italia-2018).

Wilde, Tyler, *Steam's first uncensored adult game has been approved*, PCGamer.com, 11 settembre 2018. (https://www.pcgamer.com/steams-first-uncensored-adult-game-has-been-approved/).

LUDOGRAFIA

0rbitalis (Alan Zucconi, PC, 2015)

Amnesia: The Dark Descent (Frictional Games, PC, 2010)

Antichamber (Demruth, PC, 2014),

Armikrog (Pencil Test Studio, PC, 2015)

Braid (Jonathan Blow, Xbox 360, 2008)

Bud Spencer & Terence Hill - Slaps and Bean (Trinity Team, PC, 2017)

Canabalt (Adam Saltsman, PC, 2009)

Cave Story (Daisuke Amaya, PC, 2004)

Cave! Cave! Deus Videt! (We Are Muesli, PC, 2013)

Crayon Physics Deluxe (Petri Puhro, PC, 2007)

Cuphead (Studio MDHR, PC, 2017)

Don't Make Love (Maggese, PC, 2017)

Doom & Destiny (HeartBit Interactive, PC, 2011)

Dwarf Fortress (12Bay, PC, 2006)

Façade (Procedural Arts, PC, 2005)

Fez (Polytron, PC, 2012)

FTL - Faster Than Light (Subset Games, PC, 2012)

Futuridium EP (MixedBag, PC, 2014)

Gone Home (The FullBright Company, PC, 2012)

Her Story (Sam Barlow, PC, 2015)

Hotline Miami (Dennation, PC, 2012)

Hyper Light Drifter (Heart Machine, PC, 2016)

Joe Dever's Lone Wolf (Forge Replay, PC, 2016)

Knytt (Nicklas Nygren, PC, 2006)

Little Briar Rose (Elf Games Works, PC, 2016)

Loading Human: Chapter I, (Untold Games, PC, HTC Vive, 2016)

Minecraft (Mojang, Xbox 360, PC, 2009)

MirrorMoon EP (Santa Ragione, 2013)

Monica (Comitato di agitazione, PC, 2018). [Provato in occasione di Svilupparty 2018].

Neverending Nightmares (Matt Gilgenbach, PC, 2014).

Operazione Pretofilia (Molleindustria, PC, 2007).

Osmos (Hemisphere Games, PC, 2009)

Papers, Please (Luke Pope, PC, 2014)

Press X To Not Die (All Seeing Eye Games, PC, 2017)

Principessa Mafalda (Team Cavallini, PC, 2017)

Progetto Ustica (IV Produzioni, PC, HTC Vive, 2016)

RedOut (34BigThings, PC, HTC Vive, 2016)

Run of Mydan, (Virtew, PC, HTC Vive, 2017)

Syder Arcade (Studio Evil, PC, 2012)

Sym (Athrax Studio, PC, 2016)

The Banner Saga (Stoic Studio, PC, 2014)

The Chronicles of Innsmouth (Psychodev Studio, PC, 2017)

The Great Palermo (We Are Muesli, PC, 2016)

The Land of Pain (Alessandro Guzzo Produzioni, PC, 2017)

The Last Day of June (Ovosonico, PC, 2017)

The Marriage (Rod Humble, PC, 2007)

The Uncle Who Works For Nintendo (Michael Lutz, PC, 2014)

The Vanishing of Ethan Carter (The Astronauts, PC, 2014)

The Wardrobe (C.I.N.I.C. Games, PC, 2017)

The Waste Land (Fledermaus, PC 2014)

The Way of Life (Cyber Coconut, PC, 2018)

Theseus (Forge Reply, PC, HTC Vive, 2017)

Two Interviews (Mauro Vanetti, PC, 2016)

Venti mesi (We Are Muesli, PC, 2016)

West of Loathing (Asymmetric, PC, 2017)

Wheels of Aurelia (Santa Ragione, PC, 2016)

Woodle Tree Adventure (Chubby Pixel, PC, 2014)

Xydonia (Breaking Bytes, PC, TBA 2019). Versione Alpha al link: https://breakingbytes.itch.io/xydonia.

VIDEOGRAFIA

Atari: Game Over (Zak Penn, 2014)

Branching Paths (Anne Ferrero, 2016)

From Bedrooms to Billions (Anthony Caulfield, Nicola Caulfield, 2014)

From Bedrooms to Billions: The Amiga Years (Anthony Caulfield, Nicola Caulfield, 2016)

GameLoading: Rise of the Indies (Lester Francois, Anna Brady, 2015)

Indie Game: The Movie (Lisanne Pajot, James Swirsky, 2012)

The Commodore Story (Steven Fletcher, 2018)